

الصحافة العربية والدولية

(المفهوم، الخصائص، المشاكل، النماذج، الاتجاهات)



أ.م.د. سعد سلمان المشهداني

جامعة تكريت ـ كلية الاداب



الصحافة العربية والدولية

[المفهوم - الخصائص - المشاكل - النماذج - الاتجاهات]

📖 الطبعة الأولى 📖

1435هـ – 2014م



دار الكتاب الجامعي
عضو جمعية الناشرين الإماراتيين
عضو اتحاد الناشرين العرب
عضو المجلس العربي للموهوبين والمتفوقين
العين ـ الإمارات العربية المتحدة
ص.ب. 16983

هاتـــف 00971-3-7554845

فاكس 00971-3-7542102

E-mail:bookhous@emirates.net.ae

جمع وتنفيذ وإخراج: كمبيورايتر Compu_Writer لخدمات دور النشر «عادل ندا» القاهرة
E-mail: compu_writer@yahoo.com - (002-01000390516) ☏

الصحافة
العربيــة والدولية

[المفهوم - الخصائص - المشاكل
النماذج - الاتجاهات]

الدكتور / سعد سلمان المشهداني

أستاذ مساعد - كلية الآداب
جامعة تكريت

الناشر

دار الكتاب الجامعي
العين - دولة الإمارات العربية المتحدة

2014

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَآ إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَآ ۖ إِنَّكَ أَنتَ ٱلْعَلِيمُ ٱلْحَكِيمُ ﴾

صدق الله العظيم

(سورة البقرة، الآية 32)

المحتويات

تقديم

تلعب الصحافة الدولية دوراً مهماً في الحياة السياسية والدبلوماسية والثقافية الدولية، إذ أضحى ما تتناقله هذه الصحف من معلومات حول الشعوب والأمم الأخرى مصدر جذب هام للباحثين والساسة ورجال الفكر، فضلاً عن إسهامها في تشكيل الرأي العام العالمي حول القضايا الدولية الهامة. وتلعب بعض الصحف الدولية دوراً هاماً كأدوات للسياسات الخارجية للدول، بحيث تقوم بشكل أو بآخر بتهيئة الأجواء النفسية المناسبة للشروع في سياسات معينة في مناطق العالم المختلفة.

وتمثل الصحافة الدولية أهم الوسائل التي تربط شعوب العالم بعضها بالبعض الآخر لما للكلمة المطبوعة من سلطان كبير في حياة الشعوب؛ فهي التي تصنع الرأي العام وهي التي تعبر عنه في نفس الوقت، من خلال إذابة الحواجز الجغرافية التي كانت تعزل دولة عن أخرى وإقليم عن إقليم آخر وقارة عن قارة أخرى، وقد كان لذلك تأثيره الكبير في التقارب بين الشعوب وربط الجاليات خارج الحدود بالوطن الأم.

ويأتي هذا الكتاب كثمرة جهود استمرت سنوات استجابة لحاجة طلبة قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة تكريت إلى معلوماته والذي تطابقت محتوياته مع المفردات التي أقرتها لجنة عمداء كليات الآداب والإعلام في الجامعات العراقية عام 2013 لتطوير

وتوحيد المناهج الدراسية في أقسام الإعلام في الجامعات العراقية في مادة الصحافة العربية والدولية لطلبة المرحلة الثالثة – فرع الصحافة. ولهذا جاءت منهجية الكتاب لتحقق القدر الأدنى من التكامل والتآزر في المنهج الدراسي الموحد. إن هذا الجهد حاول أن يفتح أبواباً جديدة، وأن يستجمع جوانب أساسية في مفهوم الصحافة الدولية من حيث المفهوم والخصائص والمشاكل والنماذج والاتجاهات الحديثة لهذا النوع من الصحافة.

وقد حرص مؤلف هذا الكتاب على دراسة الصحافة العربية ذات الاتجاه الدولي كان من بينها تجارب: صحيفة الأهرام وصحيفة الخليج الإماراتية وصحيفة الاتحاد الإماراتية كصحف دولية. وجرى التطرق أيضاً إلى أهم النماذج الرائدة في مجال الصحافة الدولية كالصحف الأمريكية والبريطانية والفرنسية، فضلاً عن الاتجاهات والأشكال الحديثة في الصحافة الدولية منها: صحافة المواطن وصحافة المدونات والصحافة الاستقصائية والصحافة المجانية. كذلك جرى تناول نظريات الصحافة الدولية، وتسليط الضوء على بعض المعلومات المتعلقة بأهم مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في خدمة الصحافة العالمية والمعلومات المتعلقة بأهم الهيئات والمنظمات في هذا المجال.

إن الدور المتنامي للصحافة الدولية في أوساط الرأي العام المحلي والعربي والدولي يضاعف من أهمية هذا الكتاب كون هذه الصحافة وبفضل شبكة الانترنت أضحت تؤرّق الساهرين على المجال السيادي للدول، لاسيما الدول النامية ذات الأنظمة الشمولية، ويؤرّقهم أكثر أن يصبح هذا الطوفان الإعلامي خارج السيطرة تماماً، وعابراً للحدود، مُلغياً كل أشكال الرقابة على الصحف.

أسال الله سبحانه وتعالى أن يكون هذا الكتاب إضافة علمية جديدة للمكتبة الإعلامية باللغة العربية، ومن الله العون والتوفيق.

الدكتور/ سعد سلمان عبد الله
جامعة تكريت ـ كلية الآداب
2014

مفهوم الصحافة الدولية

لابد لنا في البداية أن نعترف بصعوبة تعريف الصحافة الدولية. وفي الوقت نفسه فمن السهولة أن نفند ادعاءات كثير من الصحف التي تدعي لنفسها صفة الدولية. ولكي ندرك مدى الصعوبة في إيجاد تعريف جامع لمفهوم الصحافة الدولية يكفي أن نعرف أن عدد الصحف التي تصدر في العالم يصل إلى 410 آلاف صحيفة وذلك طبقاً لإحصاء الاتحاد الدولي للصحافة الدورية، وان عدد الصحف اليومية يصل إلى ثمانية آلاف جريدة يبلغ توزيعها 400 مليون نسخة في اليوم.

وتعد عبارة الصحافة الدولية في المفهوم اللغوي، ترجمة للمصطلح الانجليزي (international press)[(1)]، وهو المعنى نفسه الذي يطلقه العديد من الباحثين على الصحافة الدولية بلفظة الطبعات الدولية (international editions) وجاءت تسميتها بكلا المصطلحين المذكورين في العديد من المؤلفات الإعلامية[(2)].

---

(1) محمد مزيد محمود عزت: القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2001، ص445.

(2) Norm Goldstein: Style book and Briefing on Median law, 41 the edition, USA, the Assaciated prees , 2006, p.125.

أما في المفهوم الاصطلاحي فتعرف الصحافة الدولية بأنها: الصحف التي توجه إلى جماهير القراء في دولة أخرى خارج حدود الدولة التي تصدر فيها الصحيفة، ومن ثم تراعي اهتمامات ولغة هذا القارئ الذي تتوجه إليه خارج الحدود، فتصدر بلغة يجيد قراءتها، سواء كانت لغته الوطنية أو لغة أخرى[1].

وعلى وفق هذا التعريف فان أهم ما يميز الصحافة الدولية عن الصحافة المحلية هو أن توزيع الصحيفة خارج حدود الدولة التي تصدر فيها، ويراعي مضمونها اهتمامات القارئ الذي تتوجه إليه، فتشبع اهتماماته في معرفة ما يدور في العالم كله من قضايا ومشكلات، ونقصد بها القضايا والمشكلات الدولية الكبرى، وليس القضايا المحلية التي لا يعنى بها سوى القارئ المحلي وحده، فضلاً عن أن مضمون الصحيفة يراعي اللغة التي تصدر بها الصحيفة، والتي لابد وأن يجيد الجمهور المستهدف قراءتها[2].

كما تعرف الصحافة الدولية بأنها: وسيلة مهمة من وسائل الإعلام الدولي، نظراً للإمكانات التي تملكها، سواء أكانت تلك الإمكانات فنية أم بشرية أم مالية، فضلاً عن العدد الكبير من النسخ التي تصدرها وتوزعها على نطاق دولي. وثمة من يعدّ الطبعات الدولية التي تصدرها المجلة أو الجريدة المحلية أو الوطنية أو ما تسمى (بالصحيفة الأم)، صحافة دولية ما دام الهدف من إصدارها هو التوزيع خارج حدود وطنها. وتعرَّف الصحافة الدولية بأنها: تلك الصحف التي تصدر لتوزع خارج الدولة نفسها، بمعنى أنها تعبر حدود وطنها، وتتم قراءتها خارج الحدود في بلاد غير البلاد التي تصدر فيها. وهناك من يعتمد طبيعة المضمون الذي تحمله الصحيفة ومدى تركيزها على دولية الأحداث والقضايا التي تتناولها، مقياساً وحيداً في تحديد الصفة الدولية

---

(1) Ediwn Emery: World press , New York , Random House , 1988, p.p. 11-12.

(2) كرم شلبي: الصحف الدولية في مصر- دراسة اتجاهات القراء وأساليب التعرض، بحث منشور في مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد الاول، جامعة الازهر، 1993، ص27.

للصحيفة، إذ تعرف الصحافة الدولية على وفق هذا المقياس بأنها: تلك الصحف التي تخاطب اهتمامات القارئ الدولي، وتهتم بالقضايا الدولية ولا تقتصر على القضايا المحلية ذات النزعة الضيقة[1].

وقد اتسع مفهوم الصحافة الدولية الذي تطور ليشمل بعداً جديداً، يمكن أن يضاف إلى مفهوم الصحافة الدولية، إلا وهو الصحف الالكترونية المقدمة عبر شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، انطلاقاً من كونها تصدر بلغات دولية، وعبر وسط يحقق لها الانتشار الدولي، وتهتم الدولية منها بالأحداث والقضايا والشؤون ذات الطابع الدولي. وبهذا المعنى يكون (المضمون) هو المعيار الذي يحدد (دولية) الصحف الالكترونية، إذ لا تعد الصحف الالكترونية بمجملها صحفاً دولية، لاسيما وان النسبة الغالبة من الصحف المحلية أو الوطنية قد أوجدت لها موقعاً عبر شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)، وأصدرت نسخة الكترونية كاملة أو جزئية منها، إلا أن هذه الصحف تبقى محلية أو وطنية الطابع، لكونها تهتم بالقضايا والأحداث والشؤون ذات الطابع المحلي أو الوطني المحدود، على الرغم من كونها صحفاً الكترونية يتحقق لها الانتشار الدولي الواسع عبر شبكة المعلومات الدولية[2]. وثمة معايير أخرى يضعها الباحثون لتمييز مفهوم الصحف الدولية عن غيرها من الصحف المحلية أو الوطنية أو الإقليمية هي[3]:

1- تمتلك الصحافة الدولية جهازاً ضخماً من المراسلين المقيمين والجوالين المنتشرين في

(1) نوال الصفتي: مفهوم الصحافة الدولية وبنيتها على الانترنت - دراسة تحليلية وصفية، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (9)، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2000، ص186.

(2) د. أزهار صبيح غنتاب: العنف في الصحافة العربية الدولية، عمان، دار أسامة للنشر، 2012، ص98 – 99.

(3) المصدر نفسه، ص99.

مختلف أنحاء العالم، بينما تمتلك الصحافة المحلية أو الوطنية جهازاً من المراسلين المقيمين والجوالين في بعض من دول العالم.

2- يتوافر للصحافة الدولية جهازاً كبيراً من الاختصاصيين في السياسية الدولية، بينما تولي الصحافة المحلية والوطنية اهتماماً أقل للشؤون الدولية، ومن ثم يندر أن تخصص محررين أو كتاباً يتخصصون بالقضايا والشؤون الدولية، ذلك آن تركيزها ينصب على القضايا المحلية – الوطنية.

3- تهتم الصحافة الدولية بموضوع الخبر على الصعيد الدولي وتوضيح مضمونه، بينما تهتم الصحافة الوطنية المحلية بموضوع الخبر على الصعيد المحلي – الوطني.

ويصطف في قائمة الصحف الدولية طابور طويل متعدد الأشكال والألوان والأنماط فهناك الصحف ذات الصبغة السياسية والإخبارية والتي توزع بأسلوب تجاري ويتخطى بعضها حدوده الوطنية ليصل إلى قراء في العديد من الدول مثل: النيويورك تايمز والواشنطن بوست الأمريكية والفاينانشيال تايمز والصنداي تايمز والاوبزيرفر البريطانية واللومند ولوفيجارو الفرنسية. ومن المجلات تندرج تحت هذا اللون من الصحف مجلة تايم ونيوزويك الأمريكية وايكونوميست البريطانية وهناك لون آخر من الدوريات التي يغلب عليها الطابع الثقافي مثل مجلة ريدرز دايجست التي يقرب توزيعها من 29 مليون نسخة، وهي تصدر شهرياً باللغة الانكليزية. وتوجد أيضاً الدوريات المتخصصة والتي توجه إلى قطاعات معينة من القراء على مستوى العالم كله مثل صحف الأزياء والصحف النسائية العالمية فوك VOGUE، بوردا Burda هاوس أند كاردن House & Garden.

وهناك لون آخر من الصحف الوطنية، ذات قوة مؤثرة في اتجاهات السياسية الدولية، باعتبارها لسان حال بعض الدول الكبرى رغم عدم وجود قراء لها خارج حدودها الوطنية مثل جريدة (الشعب) الصينية. وتضم القائمة أيضاً لوناً من الصحف يصدر بلغته الوطنية ولكن في دول أجنبية وذلك بهدف مخاطبة أبناء لغته القومية

المنتشرين في أنحاء متفرقة من العالم، ومثال ذلك جريدة الشرق الأوسط التي يصدرها صحفيون سعوديون من لندن وتوزع في أي مكان توجد به تجمعات من القراء العرب بالإضافة إلى توزيعها في العالم العربي نفسه، وقريب منها جريدة الحياة التي تصدر من لندن، وهي جريدة لبنانية صدرت في البداية في بيروت، ثم انتقلت إلى لندن ثم بيعت إلى مستثمرين سعوديين، وهناك الطبعات الدولية التي تصدرها بعض الصحف مثل الطبعة الدولية للأهرام المصرية والطبعة الدولية للقبس الكويتية[1].

ويرتبط مفهوم الصحافة الدولية بمفهوم الإعلام الدولي وهو كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور الدولي بالحقائق والأخبار الصحيحة عن القضايا والموضوعات الدولية بطريقة موضوعية وبدون تحريف مما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والإدراك لديه (الجمهور) ومما يسهم في تكوين رأي صائب حول المشكلات الدولية المطروحة.

وعلى الرغم من ارتفاع نسبة توزيع جريدة (برافدا pravda) في روسيا حيث تصل نسبة توزيعها اليومي حوالي 11 مليون نسخة وجريدة أزفستيا التي توزع تسعة ملايين نسخة وعلى الرغم من أن جريدة (برافدا pravda) هي لسان حال اللجنة المركزية للحزب الشيوعي السوفيتي وجريدة (ازفستيا) لسان حال الحكومة السوفيتية فأنهما لا تعتبران بحال من الأحوال صحفاً دولية وذلك لاقتصار توزيعها على مواطني الاتحاد السوفيتي بسبب عدم انتشار اللغة الروسية على مستوى عالمي[2].

وتُعدّ الصحافة الدولية أحد أوجه العملية الاتصالية بأدواتها الجماهيرية، وهي جزء مهم من عملية (الاتصال الدولي) ولعل الهدف الذي يتفق عليه معظم المختصين من دراسة الصحافة الدولية هو المساعدة في تكوين الرأي العام الدولي والعمل على

(1) د. فاروق أبو زيد: انهيار وصعود النظام الإعلامي الجديد - من السيطرة الثنائية وهيمنة القطب الواحد إلى الأقطاب المتعددة، القاهرة، عالم الكتب، 2012، ص 31 - 33.

(2) المصدر نفسه: ص 35.

تقليل الاحتكاك والصراع بين الدول[1]. والصحافة الدولية هي أحد الأركان الأساسية للإعلام الدولي الذي يعرفه بعض أساتذة وخبراء الإعلام والرأي العام على أنه: (تزويد الجماهير في الدول الأخرى بالمعلومات الصحيحة والأخبار الصادقة بقصد التأثير على تلك الجماهير وإقناعها بعدالة قضايا الدولة التي يوجه إليها الإعلام الدولي وبالتالي تتبنى جماهير الدول الأخرى لمواقف تلك الدولة) [2].

وهناك تعريفات أخرى للإعلام الدولي منها انه: انتقال الإشارات الصوتية والمرئية عبر الحدود الجغرافية للدولة،فعندما تتخطى الإشارات اللاسلكية الصوتية أو الضوئية الحدود القومية للدولة لتصل إلى دول أخرى نكون بذلك قد انتقلنا من إعلام محلي إلى إعلام دولي وهو بذلك يخترق الحدود الدولية ليصل إلى الجمهور الخارجي في منطقه جغرافيه مستهدفه لتحقيق احد أمرين أولهما تعريف الشعوب بالواقع الثقافي والحضاري والفكري للدولة وثانيهما تقديم خدمه إخبارية وثقافية[3].

مما تقدم من التعريفات السابقة نستطيع أن نؤكد أن التعرف على الشكل الدولي للصحافة يقوم على أمرين رئيسين هما: أن الصحافة الدولية تخترق الحدود الجغرافية للبلدان، والآخر أنها تقدم خدمة إخبارية وتفسير لوجهات النظر السياسية حول القضايا الدولية والإقليمية والمحلية. وعليه يمكننا أن نعرف الصحافة الدولية بأنها: تلك الصحف التي تخترق الحدود الدولية وتقدم خدمة إخبارية وثقافية وتسعى لتزويد الرأي العام الدولي والإقليمي بالأخبار والمعلومات التي تتعلق بقضايا محددة تهم النشاط الإنساني. وهي بهذا المعنى كل الدوريات التي تصدر بانتظام في دولة ما ويمتد توزيعها إلى العديد من الدول الأخرى مثل: (النيويورك تايمز، الكارديان، اللوموند،

---

(1) د.عبد الله زلطة: الإعلام الدولي في العصر الحديث، ط 2، القاهرة، دار الفكر العربي، 2003، ص21.

(2) أحمد بدر: الإعلام الدولي دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، ط 4، القاهرة، دار قباء للطباعة 1998، ص 28.

(3) سوزان القليني: الإعلام الدولي، القاهرة، دار النهضة العربية، 1999، ص56.

الشرق الأوسط، الحياة، التايمز، الواشنطن بوست، الأهرام، الخليج، الاتحاد، أخبار الخليج، الرياض، الرأي، القبس، الشرق...). كذلك فان مفهوم الصحف الدولية يمتد ليشمل الصحف التي تصدر أكثر من طبعة في أماكن مختلفة من دول العالم وبلغات أخرى غير لغتها الأصلية التي تصدر في موطنها الأصلي، ومثال ذلك مجلة (بلاي بوي)، إذ أنها بالإضافة إلى طبعاتها الإقليمية في الولايات المتحدة الأمريكية وطبعتها العسكرية لما وراء البحار، تقوم بإصدار طبعات بلغات أجنبية إلى كل من: فرنسا، وإيطاليا، وألمانيا، واليابان، والمكسيك، والبرازيل لكن يوجد اختلاف في المواد الصحفية الداخلية في بعض هذه الطبعات، كذلك يوجد لهذه المجلة عناوين مختلفة، إذ تسمى في المكسيك (كاباليرو) و(هومين) في البرازيل[1]. كذلك مجلة بوردا مود BURDA وهي شهرية ألمانية تعنى بجمال ورشاقة المرأة، وأزيائها، وتوزع شهرياً 6.1 مليون نسخة، ولها طبعات بلغات متعددة، منها اللغة العربية، وآخرها طبعة باللغة الروسية. كما قررت مجلة (جويس) النسائية الفرنسية، إصدار طبعة باللغة الاسبانية وهي تصدر حالياً بالفرنسية واليابانية والألمانية وتنافس مجلة (فوج) VOGUE النسائية الالمانية الشهيرة، التي تبيع نصف إصدارتها في الولايات المتحدة الأمريكية واليابان[2].

ومن أهم الصحف الدولية في عالمنا اليوم نجد صحيفة النيويورك تايمز والواشنطن بوست الأمريكيتان وصحيفة هيرالد تريبيون انترناشنال التي صدرت من باريس بالاشتراك بين صحيفتي النيويورك تايمز والواشنطن بوست ولها أربع طبعات خارج الولايات المتحدة وهي: فرنسا، وبريطانيا، وسويسرا، وهونج كونج، وكذلك مجلة النيوزويك التي تطبع في ستة وثلاثين مطبعة موزعة على دول العالم، بطريقة نقل الصفحات عن طريق الانترنت. وتوزع الهيرالد تريبيون التي تطبع في باريس، 135

---

(1) جون ر. بيتنر: الاتصال الجماهيري - مدخل، ترجمة عمر الخطيب، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1987، ص 101.

(2) بيير البير: الصحافة، ترجمة فاطمة عبد الله، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1987، ص 122.

الف نسخة – عدا الاشتراكات – أما النيوزويك فيبلغ توزيعها داخل الولايات المتحدة ثلاثة ملايين نسخة اسبوعياً، بينما يبلغ توزيعها في طبعاتها الدولية (المسماة بالأطلسي، والهادي، وأمريكا اللاتينية) نحو 578 ألف نسخة[1].

وتعمل المؤسسات الصحفية على نشر المبادئ والأفكار والمواقف والأخبار بغرض الإقناع والتأثير على الأفراد والجماعات داخل المجتمع وعندما تخرج هذه المؤسسات عن نطاق المحلية وتجتاز وسائلها الإعلامية الحدود الجغرافية والسياسية للدولة لنقل تلك المبادئ والأفكار والمواقف والأخبار لمواطني الدول الأخرى تأخذ هذه المؤسسات الصحفية صفة الصحافة الدولية التي هي جزء لا يتجزأ من السياسة الخارجية للدولة ووسيلة فاعلة من الوسائل التي تحقق بعض أهداف السياسة الخارجية لكل دولة داخل المجتمع الدولي. ويمكننا أن نلاحظ اليوم على الصعيد الدولي أن أكبر خمس مجموعات إعلامية دولية في العالم هي[2]:

1- تايم ورنر Time Warner:

وهي أكبر مؤسسة إعلامية في العالم إذ تفوق مبيعاتها 25 مليار دولار، ثلثها من أمريكا والباقي من دول العالم. وتملك العديد من الأنشطة الإعلامية المتنوعة.

2- مجموعة برتلزمان Bertelsamann:

وهي أكبر مجموعة في أوربا وثالث أكبر مجموعة في العالم دخلها السنوي يتجاوز 15 مليار دولار وتتميز بان لها تحالفات وتعاوناً مع العديد من المجموعات الإعلامية الدولية في أوربا واليابان.

---

(1) د. خليل صابات: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، ط 5، القاهرة، الانجلو المصرية، 1987، ص 140-141.

(2) د. رعد حميد البياتي: أثر البعد الديني في الإعلام الأمريكي العولمي الجديد، بحث منشور في المجلة السياسية والدولية – الجامعة المستنصرية، العدد (37) لسنة 2006، ص 116 – 117. http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=51949 المكتبة الافتراضية.

3- مجموعة فياكم Viacom:

وهي مجموعة إعلامية قوية في أمريكا دخلها السنوي (13 مليار دولار) ريعه من خارج أمريكا ولها نشاط للتوسع الدولي، حيث أنفقت في السنوات الأخيرة مليار دولار للتوسع في أوربا ولها تحالفات مع العديد من المجموعات الإعلامية.

4- ديزني Disney:

وهي أكبر متحدٍ لمجموعة تايم ورنر ولها دخل سنوي يفوق 24 مليار دولار ولها حضور قوي في مجال الأطفال بل تعدّ أكبر منتج للسلع الثقافية الخاصة بالأطفال في العالم.

5- نيوز كوربوريشن News Corporation:

وهي خامس أكبر مجموعة إعلامية من حيث الدخل (10 مليار دولار) لكنها أكبر لاعب دولي في مجال الإعلام حول العالم حيث أسسها روبرت مردوخ ويملك حالياً ثلثها، ولها وجود في جميع أنحاء العالم من خلال أنشطتها الإعلامية.

وترتبط البدايات الأولى لمفهوم الصحافة الدولية بالمفهوم الأوسع الذي يشملها وهو مفهوم الإعلام الدولي في سياق تاريخي واجتماعي وسياسي محدد تمثل بالثورة الصناعية وما رافقها من تشكل رأسمالي فكانت الاختراعات والتكنولوجيا بمثابة قفزات نحو عالمية الإعلام بدأً من وكالة الأنباء المرافقة لاختراع التلغراف إلى الإذاعة المرافقة لاختراع اللاسلكي وصناعته وصولاً إلى البث الفضائي المرافق للأقمار الصناعية والكومبيوتر. وبالرغم مساهمة وكالات الأنباء في النصف الثاني من القرن التاسع عشر في اختراق حدود الدولة فانه لم يصبح عالمياً إلا بعد ثورة الاتصالات اللاسلكية التي كانت بداياتها الأولى اكتشاف الاتصالات اللاسلكية (1896) ثم ظهور الإذاعة (1920) والتلفزيون (1940) [1].

وتشير الوقائع اليومية في أي بلد من العالم إلى وجود كم هائل ومتدفق من البث الإذاعي والتلفزيوني فضلاً عن الصحف والمجلات والكتب، والتي تنقل إلى الناس

---

(1) محمد نصر مهنا: مصدر سابق، ص 9.

أخبار العالم بأسره عبر وسائل محلية وعبر الوسائل الدولية إلى درجة أصبحت فيه محطات مثل (سي ان ان) الأميركية و(بي بي سي) البريطانية معروفة في أكثر البلدان كمحطاتها المحلية[1].

لقد نمت الصحافة الدولية بشكل مثير ومفاجئ وشكلت مصدراً إخبارياً مهماً ومتزايداً، وكما حصل في السابق مع التلفزيون فقد غطت المساهمات الفردية للصحافة غالبية الأحداث الإخبارية في المحطات لحظة حدوثها. ولقد خدمت أحداث التتويج الملكي لعام 1953 في بريطانيا والانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام 1960 ومصرع الرئيس كندي في عام 1963، وأول إنسان مشى على سطح القمر نيل أرمسترونج عام 1969 التلفزيون وساعدت على إنشاء وتكوين وسيط إخباري ثابت ورصين. أما بالنسبة للصحافة الدولية بشكلها الالكتروني فان إعلان نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام 1996 على الشبكة قد لفت انتباه الناس إلى قوة هيمنة هذا الوسيط الجديد، ويثير العديد من داعمي شبكة الانترنت إلى أنها توفر فرصاً جديدة ومهمة لإرسال وبث الأنباء التي يستفيد منها قراء هذه الشبكة. ولقد بدأت العديد من الصحف في بث معلومات الكترونية عبر هذه الخدمة قبل أن يظهر الوسيط الآلي والانترنت، إلا أن حضور هذه الصحف كان محدوداً لغاية قيامهم بنشر نسخهم الالكترونية على الشبكة الالكترونية[2].

وتبرز أهمية الصحافة الدولية على النطاق الدولي كونها مظهراً من مظاهر التقدم والتطور الحضاري، ووسيلة جوهرية من وسائل دعم ونشر السلام وعاملاً قوياً ودعامة متينة وركيزة مهمة في تحقيق عمل خطط التنمية. وتهدف الصحافة الدولية إلى إيصال المعلومات للرأي العام العالمي في مختلف القضايا الإقليمية والدولية إلى دول العالم،

---

(1) د.فارس آشتي: الإعلام العالمي، بيروت، دار أمواج، 1996، ص 7.

(2) خالد الشيخلي: الإعلام العربي واقعه وأبعاده المستقبلية، بغداد، دار الحرية للطباعة، 1987، ص 52.

سواء أكانت هذه المعلومات سياسية أو اجتماعية أم اقتصادية أم مجرد معلومات عامة[1].

وتعدّ الصحافة الدولية جزءاً هاماً ورئيسياً من وسائل الإعلام المختلفة فالإعلام ظاهرة فنية أحدثتها الحضارة الحديثة بطائفة من الإمكانات الهائلة التي ضاعفت من قيمتها وجعلت منها قوة كبيرة لا تستغني عنها الشعوب ولا الحكومات. وللصحافة أهمية كبيرة في المجال الدولي من خلال أنها معبرة حقيقية عن الإعلام الدولي بأنواعه ومستوياته، والدعاية بألوانها وأنواعها والعلاقات العامة، والحرب النفسية التي تستهدف في كل منها تحقيق أهداف معينة إلا أن المتغير الذي يربطها جميعا هو كونها عمليات اتصالية تستخدم فنون الاتصال ووسائله وتقنياته في تحقيق أهدافها. والصحافة في المجال الدولي هي عملية تفاهم تقوم على تنظيم التفاعل بين الإعلام المحلي والإقليمي والقارئ الغربي وبالعكس، وهي في الوقت الحاضر ظاهرة طورتها ثورة الاتصالات الحديثة وجعلتها خطيرة ودعمتها بإمكانات عظيمة، حولتها إلى قوة لا يستغني عنها الإعلام الدولي[2].

وهناك سياسة خاصة للتعامل مع الصحافة حيث تكنى هذه السياسة بالسياسة الإعلامية التي تعرف بأنها: مجموعة المبادئ والمعايير التي تحكم نشاط الدولة تجاه عمليات تنظيم وإدارة ورقابة وتقييم ومواءمة نظم وإشكال الاتصال المختلفة، في إطار الأنموذج السياسي والاجتماعي الذي تأخذ به الدولة، وهي ممارسات واعية ومدروسة للسلوكيات الاتصالية تهدف إلى تلبية الاحتياجات الاتصالية الفعلية من خلال الاستخدام الأمثل للإمكانيات أو أحد المصادر البشرية والطبيعية في المجتمع[3]. ومما

---

(1) د. صادق الأسود: الرأي العام ظاهرة اجتماعية وقوة سياسية، بغداد، مطبعة جامعة بغداد، 1991، ص 277.

(2) د. فاروق خالد: الإعلام الدولي والعولمة الجديدة، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 51.

(3) ليلى عبد المجيد: سياسات الاتصال في العالم الثالث، القاهرة، دار الطباعي العربي، 1986، ص 3.

تقدم نستطيع القول أن السياسة الداخلية والخارجية تؤكد ضرورة امتلاك الصحافة لرؤية سياسية لتحقيق الأهداف التي يحددها القرار السياسي، وبالتالي فإن هوية الرسالة تعتمد على الموقف السياسي وتعكسه[1]. يضاف إلى ذلك قدرة إدارة المؤسسات الصحفية على التوظيف وعلى عملية النشر ذاتها، وعلى اتخاذ القرار كما تؤثر بالرسالة الإعلامية. ويرى الدكتور صالح أبو إصبع أن تطبيقات السياسة الإعلامية للدولة على المؤسسات الصحفية تأتي بإشكال مختلفة للسيطرة عليها، وبحسب تلك السياسة في الوطن العربي مثلا هناك قيود قانونية مفروضة على المؤسسات، فضلاً عن وجود كوابح سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية وعوامل ضغط داخلية ترتبط بطبيعة المؤسسة نفسها من حيث بيئتها التنظيمية وملاكاتها التي تتلخص بما يأتي[2]:

1- حق الدولة في منح الترخيص وسحبه والأشراف المباشر عليه. فمثلاً أن وزارات الإعلام في الوطن العربي تمتلك الحق في منح الترخيص وسحبه من المؤسسات الإعلامية كالمؤسسات الصحفية ومؤسسات الطباعة والنشر، بينما لا توجد في الكثير من الدول الأوربية والأمريكية وزارات للإعلام أصلاً، كما تقوم هذه الوزارات أو الجهات المتخصصة بالرقابة بمتابعة المؤسسات الصحفية ورصد ما تنشره وما يمكن عده مخالفة للسياسة العامة، كما في الأردن وتكون قرارات سحب الترخيص بناء على درجة مخالفات المؤسسة الإعلامية.

2- السيطرة الاقتصادية من خلال تحكم مالك وسائل الإعلام، سواء أكان المالك هو الدولة أم أفراد وكذلك من خلال تأثير المعلن في الإدارة، وفيه يقرر مالك المؤسسة الإعلامية سياستها وأهدافها ويقوم بتوجيهها.

---

(1) د. ياس خضير البياتي: الإعلام الدولي والعربي، بغداد، دار الكتب للطباعة والنشر، 1993، ص 423.

(2) د. صالح أبو إصبع: إدارة المؤسسات الإعلامية في الوطن العربي، عمان، دار آرام، 1997، ص 84.

3- القوانين واللوائح المنظمة للإعلام وفيها يحق للدولة منح الترخيص وسحبه.

وتعاني الصحافة الدولية العربية اليوم من السيطرة الحكومية أيا كان نوعها إلى جوانب حياة أو نشاط أفراد المجتمع كافة، فالمواطن يخضع لسيطرة ونفوذ حكومي متشعب يتناول كل من يمارسه وينظم حياته بوصفه عضواً اجتماعياً، حيث يصبح الفرد من قبل مولده إلى ما بعد وفاته واقعاً تحت سيطرة الحكومة، فهي تنظم العلاقات الشخصية والزواج وينصرف تدخلها إلى نوع ومستوى الرعاية الطبية والصحية التي تتلقاها المواطنة الحامل. ويصل النفوذ الذي تتحلى به الحكومة إلى تحديد نوع التعليم والتخصص الذي يتاح للمواطن. ولعل هذا النشاط الحكومي من أهم ما يحدد مستقبل الفرد والمجتمع مثلما تتدخل في تحديد أنواع النشاط الاقتصادي، والاستثمار المالي التي يمكن للفرد أن يقوم بها، أين وكيف يمكن ممارستها، والشروط التي عليه مراعاتها في هذا الصدد وحتى وفاة الفرد وإجراءات أسلوب دفنه لا تخرج عن سلطة الحكومة[1]. إن التدخل الحكومي في سلطة الإعلام في العالم الثالث جعله ذا رؤية سياسية لعل أهم ملامحها تتسم بما يأتي[2]:

1- ارتباط الإعلام بالسياسة ارتباطاً وثيقاً.

2- تولي الحكومات أهمية كبيرة للإعلام بعده الوجه الأخر للسياسة.

3- تستمد السياسة الإعلامية خصوصيتها من العقيدة السياسية للدولة.

4- تنبع السياسة الإعلامية من طبيعة الحقائق الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسة الخاصة بها.

ومن هذا المنطلق فالسياسة الإعلامية للدولة تخضع مضمون الرسالة الإعلامية إلى الرقابة التي تعرف بأنها: حجب تداول الآراء والأفكار التي تتناقض والمفاهيم

---

(1) د. صالح أبو إصبع: مصدر سابق، ص 61.

(2) محمد عبود العزاوي: أخلاقيات العمل الصحفي في العراق، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى قسم الإعلام في كلية الآداب بجامعة بغداد عام 2000، ص13.

العامة لمجتمع من المجتمعات، إضافة إلى قيام المجتمع برقابة أعمال الدولة كي لا تتعسف في استعمال السلطة وهي تنقسم إلى أنواع عدة[1]:

1- الرقابة الاستثنائية: وهي الرقابة المفروضة أيام الأزمات السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية أو في أوقات الحرب.

2- الرقابة الردعية: وهي الرقابة المفروضة على المواد الإعلامية قبل نشرها، أو طبعها، أو بثها في الأنظمة الإدارية كالمطبوعات.

3- الرقابة الوقائية: وهي الرقابة اللاحقة لنشر المادة الإعلامية التي يحكم فيها القضاء، حماية للمجتمع مثلما يحكم في جرائم النشر.

4- الرقابة الدائمية وخنق الحريات بتحميل النصوص أكثر مما تطيق أو تتحمل.

5- الرقابة الذاتية: تعني هذه الرقابة تمتع الإعلامي بكامل الحرية في ممارسة العمل الإعلامي ضمن حدود مسؤوليته الذاتية تجاه المجتمع والوطن والدولة.

6- الرقابة الجماهيرية: تمارس الرقابة الجماهيرية من قبل الأفراد والمنظمات الجماهيرية في الأنظمة الاشتراكية، ومعظم البلدان النامية وهذه الرقابة تأخذ شكل النقد السياسي، والاقتصادي، والاجتماعي، والثقافي الموجه إلى أجهزة الدولة.

---

(1) د. ابراهيم الداقوقي: قانون الإعلام – نظرة جديدة في الدراسات الإعلامية الحديثة، بغداد، مطبعة وزارة الأوقاف والشؤون الدينية،1986، ص 104.

خصائص الصحافة الدولية

إن التعريف العلمي للصحافة الدولية يتحدد بثلاث خصائص وهي تعد المحددات التي تميز بها الصحافة الدولية عن غيرها وهي[1]:

1- انتشار التوزيع عبر الحدود والحواجز التي تفصل بين الدول.

2- قوة التأثير خارج الحدود الوطنية، وهي قوة نابعة من عمق المضمون وتنوع المادة الصحفية.

3- الصدور بلغة تسمح بالانتشار على النطاق العالمي، أو إصدار طبعات بلغات متعددة تسمح للصحيفة بالوصول إلى قراء خارج نطاق حدودها الوطنية.

وقد استفادت الصحافة الدولية بمختلف إصداراتها اليومية والأسبوعية والشهرية والفصلية من ثورتي الاتصال والمعلومات، سواء في رفع المنتج الإعلامي من حيث الطباعة والإخراج والتصوير، وحفظ المعلومات، كذلك اتساع النطاق الجغرافي للتوزيع، سواء داخل الحدود الوطنية أو خارجها، من خلال التواجد في الأسواق العالمية. وبرز

---

(1) د. فاروق أبو زيد: انهيار وصعود النظام الإعلامي الجديد - من السيطرة الثنائية وهيمنة القطب الواحد إلى الأقطاب المتعددة، مصدر سابق، ص 34 - 35.

التأثير الايجابي لثورة المعلومات في انتشار بنوك المعلومات وظهور الأرشيف الالكتروني للصحف الدولية، كما شهدت الصحافة الدولية بداية انحسار بل اختفاء أساليب الصحافة التقليدية بعد انتشار الكومبيوتر، وشيوع استخدامه في تحرير وإخراج الصحف الدولية، وبرزت شبكة الانترنت كمصدر عالمي للمعلومات، وكآلية مستحدثة تكمل الدور الإعلامي الذي تقوم به وكالات الأنباء كآليات تقليدية لنقل وترويج الأخبار العالمية[1].

ويمكن إيجاز مزايا الصحافة الدولية بالمميزات الآتية:

1- التعامل مع الأخبار والتقارير والأشكال والفنون الصحفية الأخرى التي تهم المجتمع الدولي والذي يهتم بها الإنسان في الدول المختلفة في العالم. فعندما استيقظت نيويورك وواشنطن في الحادي عشر من أيلول 2001 على كارثة مفزعة استهدفت برجي التجارة العالمي في شبه جزيرة مانهاتن أشهر الأحياء التجارية في الولايات المتحدة الأمريكية وجعلتهما بطوابقهما الـ 110 لكل برج يتساويان بالأرض، أصبحت هذه الكارثة تتصدر صحافة العالم كله عبر طبعاتها المتعددة فمانشيتات الصحف في العالم أصبحت لعدة أسابيع لا تخرج عن موضوع هذه الكارثة وتأثيراتها على العالم كله[2].

2- توصف الصحف الدولية بأنها تلك الصحف القادرة على اختراق الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم، وبشكل فوري، ورخيص التكاليف وذلك عبر الانترنت.

3- لا يشترط بصفة الصحافة الدولية توافر إمكانيات مالية وتقنية كبيرة جدا للصحف

---

(1) د. عواطف عبد الرحمن: الإعلام العربي وقضايا العولمة، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1999، ص 57- 58.

(2) د. مرعي مدكور: الصحافة الإخبارية، القاهرة، دار الشروق، 2002، ص9.

الدولية قدر توافر صبغة عالمية لمضامينها ورسالتها الإعلامية متجاوزة في ذلك صفة (الصحيفة المحلية).

4- إن اغلب الصحف الدولية تمتلك حالياً نسخة الكترونية لها تصدر على الشبكة الدولية للمعلومات المعروفة باسم (شبكة الانترنت) وتتميز تلك النسخة الالكترونية بأنها قليلة التكاليف المالية أقل بكثير مما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية، فهي لا تحتاج إلى توفير المباني والمطابع والورق ومستلزمات الطباعة، ناهيك عن متطلبات التوزيع والتسويق، والعدد الكبير من الموظفين والمحررين والعمال.

5- تتميز اغلب الصحف الدولية بتميز إخراجها وأسلوبها ومضمونها كذلك استخدامها أساليب مبتكرة لجذب الإعلانات التي تساعدها في التمويل بشكل كبير. وقد كشف المختصون المشاركون في مؤتمر (أيفرا الشرق الأوسط) الثاني للنشر الصحفي الذي استضافته مؤسسة الإمارات للإعلام في أبوظبي، أن حصة الصحف من الإعلانات على مستوى العالم أكثر بأربعة أضعاف حصة التلفزيون والانترنت.

6- منحت تقنيات النسخ الالكترونية للصحافة الدولية للقائمين على تلك الصحف عملية رجع الصدى (Feed Back) إمكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من قبل بوسائل الإعلام، لاسيما بالنسبة للصحافة،وبات الحديث ممكناً عن تفاعل بين الصحف والقراء بعد أن ظلت العلاقة محدودة وهامشية طيلة عمر الصحافة الورقية. ويمكن أن يجد متصفح مواقع الصحف الالكترونية حقول خاصة في شتى الصفحات تتضمن الطلب من القارئ أن يبدي رأياً حول الموضوع المنشور أو يكتب تعليقاً عليه وفي حالة قيام المستخدم بذلك سيظهر تعليقه فوراً على موقع الصحيفة حيث يصبح بإمكان المستخدمين في أي مكان الاطلاع عليه، وتشمل هذه الإمكانية بطبيعة الحال رسائل القراء التي تنشر فورياً على صفحات الصحيفة الالكترونية. كذلك وفرت تقنية النسخ الالكترونية للصحافة الدولية أمكانية الحصول على إحصاءات دقيقة عن زوار مواقع الصحيفة الالكترونية، وتوفر

للصحيفة مؤشرات عن أعداد قراءها وبعض المعلومات عنهم كما تمكنها من التواصل معهم بشكل مستمر.

7- فرضت الصحافة الدولية واقعاً مهنياً جديداً فيما يتعلق بالصحفيين وإمكانياتهم وشروط عملهم، فقد أصبح المطلوب من الصحفي المعاصر أن يكون ملماً بالإمكانيات التقنية وبشروط الكتابة للانترنت وللصحافة الالكترونية كوسيلة تجمع بين نمط الصحافة ونمط التلفزيون المرئي ونمط الحاسوب، وأن يضع في اعتباره أيضاً عالمية هذه الوسيلة وسعة انتشارها وما يرافق ذلك من اعتبارات تتجاوز المهني إلى الأخلاقي في تحديد المضامين وطريقة عرضها.

8- تعد الصحافة الدولية وسيلة مهمة من وسائل الإعلام الدولي تتميز بعلاقة تكامل مع وسائل الاتصال الحديثة الأخرى، إذ أن العلاقة بينهما هي علاقة تكامل وليست صراع، فتاريخ ظهور الوسائل الإعلامية المختلفة لا يشهد بظهور وسيلة تلغي الأخرى أو تقضي عليها ولكن توجد منافسة في أحيان أو تكامل في أحيان أخرى وتحاول كل وسيلة تطوير نفسها.

وظائف الصحافة الدولية

يتميز الإنسان عن غيره من المخلوقات الحية بأنه قادر على الاتصال، وكان بحاجة دائماً إلى وسيلة تراقب له الظروف المحيطة به، وتحيطه علماً بالأخطار المحدقة به أو الفرص المتاحة له، وسيلة تقوم بنشر القرارات التي تتخذها الجماعة على نطاق واسع ووسيلة تقوم بقل حكمة وخبرات الأجيال السابقة والتطلعات السائدة في المجتمع إلى الأجيال الناشئة ووسيلة ترفه عن الناس وتنسيهم المعاناة والصعوبات التي يواجهونها في حياتهم اليومية. وقد عهدت القبائل البدائية بتلك المهام إلى الأفراد، فقام بعضهم بوظيفة الحراسة يحيطون القبيلة علماً بالأخطار المحيطة والفرص المتاحة، وأخطار اقتراب قبيلة معادية من أماكن سكناهم ومراعيهم وتنبههم للاستعداد للدفاع عن الأرواح والأملاك أو يخبرونهم عن اقتراب قطيع من الحيوانات البرية التي يمكن أن يصطادوا بعضها للطعام، فيكون هؤلاء الأفراد القائمون برصد الحياة من حول الجماعة أشبه بمركز الإنذار المبكر في حالتي الخطر والأمان. كذلك عهدت القبيلة إلى بعض الأفراد (مجلس القبيلة) بسلطة اتخاذ القرارات عن احتياجات وأهداف وسياسات القبيلة الداخلية والخارجية والتأكد من أن القرارات ستنفذ. وكان لابد من وجود رسل يحملون الأوامر والمعلومات من مجلس القبيلة إلى أفراد القبيلة أو نقل الرسائل والمعلومات

إلى القبائل المجاورة[1]. وكذلك كفلت القبيلة لنفسها وسيلة تساعد على الاحتفاظ بحكمتها وتراثها الثقافي للأجيال القادمة، ووسيلة وأسلوباً لنقل ذلك التراث الثقافي والحكمة إلى الجيل الجديد، فقام الآباء والشيوخ بتعليم الجيل الجديد في القبيلة عادات القبيلة وتقاليدها. وعلمت الأمهات بناتهن كيفية إعداد الطعام والحياكة كما علم الآباء أبناءهم فنون الحرب والصيد والقنص. وتولى وظيفة الترفيه الرواة الذين يحكون الحكايات والقصص عن أمجاد الآباء والأجداد وما خلفه السلف من تراث ثقافي. وكان المعنون ينشدون الأغاني المحببة والراقصون يؤدون الرقصات الدينية والفلكلورية في المناسبات المختلفة. وبالطبع لم تكن تلك المهام هي جميع مهام الاتصال في القبيلة ولكنها كانت أهمها. ومن الغريب أن تلك المهام هي نفس مهام الاتصال في المجتمع الحديث ولكن بفارق أن تلك المهام تؤدي اليوم بشكل جماهيري واسع جداً وبأساليب وتقنيات حديثة متطورة بعيدة المدى أحاطت بالكرة الأرضية برمتها. ومع ذلك فنحن في حاجة إلى معلومات عن الظروف المحيطة بنا وتصلنا هذه المعلومات وبسرعة فائقة ودقة كبيرة عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية التي تستخدم أحدث وسائل الاتصال المزودة بأحدث المعدات الالكترونية تلك المعلومات التي تساعدنا على اتخاذ القرارات وتنفيذها. أي أن مهام الاتصال التي وجدت في المجتمعات القديمة هي نفسها الموجودة من حيث المبدأ في المجتمعات الحديثة والفارق الوحيد بينها أنها أصبحت متعددة ومتشعبة وأكثر دقة اليوم بفضل وسائل الاتصال الحديثة[2].

إن الصحافة الدولية شأنها شان كافة وسائل الإعلام الدولية تعتبر أداة من أدوات السياسة الخارجية للدولة التي تصدرها ومهما ادعت هذه الصحف من حياد وموضوعية، فحقيقة الأمر أنها تستخدم من قبل الحكومات والمؤسسات والجماعات

---

(1) أ.د محمد البخاري: مبادئ الصحافة الدولية والتبادل الإعلامي الدولي، دمشق، دار إحياء الفنون الإسلامية، 1997، ص13.

(2) المصدر نفسه: ص13-14.

التي تملكها في تحقيق أغراض سياسية واقتصادية وثقافية، فهذه الصحف تحرص على تقديم صورة ايجابية للنظام الاجتماعي الذي تنتمي إليه وللشعب الذي تعبر عنه فالدول تعكس من خلال صحفها الدولية مبادئها ومنجزات حضارتها، فلكل دولة صورة عن نفسها تهدف إلى تعزيزها في المجال الدولي حتى لا تبدو مشوهة أو غير صحيحة في أذهان الشعوب الأخرى[1]. وتستطيع الصحافة الدولية أن تعمل على تحقيق التفاهم الدولي والتعاون بين الشعوب ولكن تحقيق هذا الهدف مرهون بمدى تصور كل دولة أو شعب للدول أو الشعوب الأخرى وهنا تلعب الصحافة الدولية دوراً أساسياً في تشكيل ملامح ومحددات الصور القومية للدول والشعوب إذا ما التزمت بالصدق والموضوعية وابتعدت عن التشويه والتزييف المتعمد لانجازات الشعوب الأخرى. والصحافة الدولية تساهم بشكل كبير مع غيرها من وسائل الإعلام الدولية في تكوين الرأي العام العالمي تجاه الكثير من القضايا التي تهم الجنس البشري كله، وهذا الدور لا يتحقق عن طريق نشر الأنباء والأحداث الدولية فحسب وإنما بتفسير هذه الأحداث وتحليلها ووضعها في سياقها المناسب. والصحافة الدولية تستطيع أن تثير اهتمام الرأي العام العالمي بالمشكلات التي تهدد الأسرة الدولية، وهي مشكلات لا يمكن أن تحل بدون تعاون بين الدول مثل مشكلات سباق التسلح والنزاعات المسلحة واشتداد نزعة العنف والإرهاب والمجاعة والفقر والأمية والعنصرية والبطالة والنمو السكاني وتدمير البيئة وتعاظم مديونية العالم الثالث وغير ذلك من المشكلات[2]. وتساهم الصحافة الدولية في مواجهة الصراعات الدولية وصنع القرارات التي ترمي إلى حفظ السلام العالمي من خلال زيادة حجم المعلومات في ما بين الأمم إذ إن الصحافة الدولية تسهم في فهم المجتمعات لبعضها عن طريق المعلومات التي تنقلها كما تسهم في حل الصراعات الدولية وتقريب وجهات النظر من

---

(1) د. فاروق أبو زيد: انهيار وصعود النظام الإعلامي الجديد – من السيطرة الثنائية وهيمنة القطب الواحد إلى الأقطاب المتعددة، مصدر سابق، ص 39.

(2) المصدر نفسه: ص 39– 40.

خلال سعيها لتحقيق التفاهم الدولي المثالي الذي يتحدد من خلال الموضوعية المجردة والدقة في إبراز الوقائع والارتباط بالصدق والسعي إلى الحقيقة[1].

وتركز الصحافة الدولية جهودها في نقل المعلومات وفق مبدأ التغطية الشاملة والمتكاملة للأحداث والتي تقوم على ما يأتي[2]:

1- تفسير الأحداث: لابد للصحافة أن تفسر الأخبار فليس كافياً أن تقدم قصة إخبارية كمجموعة الحقائق والاقتباسات بدون معنى ولذلك فان الصحافة لابد أن تلتزم بتوفير معلومات لها معنى.

2- تحليل الأحداث: إن المتلقي الآن أصبح غير قادر على تحليل الأحداث وفهمها بنفسه للكثير من العوامل منها الضغوط الحياتية المختلفة وكثرة الوسائل الإعلامية التي يتعرض لها ومن ثم فهو يحتاج إلى الوسائل التي تقدم له تحليلاً للأحداث وتساعده على أن يفهم تلك الأحداث.

3- المشاركة الجماهيرية في التعليق على الأحداث: فلكي تستطيع الصحافة أن تصمد في المنافسة مع وسائل الإعلام الأخرى فان الجمهور هو الذي يمكنها من ذلك عندما يجد هذا الجمهور نفسه في هذه الوسائل. كما أن ذلك يمكن أن يشكل مساهمة كبيرة من جانب الصحافة في تحقيق ديمقراطية الاتصال.

ومن الأمثلة التي تذكر في مجال الصحافة الدولية الجهود التي بذلتها في نقل المعلومات وفق مبدأ التغطية الشاملة والمتكاملة للأحداث (قصة الحاجة أم الاختراع التي نشرتها كبريات الصحف الأمريكية) ففي سنة 1974 كان الرئيس الأمريكي نيكسون يعتزم زيارة الصين بعد خلاف وقطيعة حادة بينهما استمرت سنين طوال وارد نيكسون إذابة الجليد بينهما، وقد كان النظام آنذاك هو أقمار صناعية من نقطة إلى نقطة.

---

(1) د. بسيوني إبراهيم حمادة: الصحافة وصنع القرار السياسي في الوطن العربي، القاهرة، عالم الكتب، 2012، ص 204 – 205.

(2) د. سليمان صالح: أخلاقيات الإعلام، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2005، ص 202.

وكان يتعذر تغطية الرئيس فاستدعى مجموعة من المهندسين من أمريكا وفرنسا وأوروبا لمعالجة الموضع وهؤلاء طلبوا بدورهم إجراء معاينة في الصين وهناك اكتشفوا عدم وجود قمر ولا حتى محطة إطلاق، فما هو الحل هل يرسلوا التغطية ويبثوها عبر الشحن الجوي؟ هذا يعني أن الحدث سيتأخر 24 ساعة، ومن هنا اهتدوا إلى فكرة عمل أقمار صناعية بمحطات متنقلة، فاخترعوا الأطباق المتنقلة وجلبوا سيارات نقل صغيرة مقفلة وهكذا خلال فترة أربع شهور من العمل السريع قاموا ببناء محطات في الصين وتمت التغطية الفورية للزيارة. وقد انبهرت الصين آنذاك بهذا العمل فطلبت من الأمريكان ترك تلك المحطات لدراستها والعمل على غرارها لكن الأمريكان رفضوا بشده مما حمس الصين لتنفيذ الفكرة من أنفسهم بعدما اعتبروا ذلك بمثابة تحدي وبالفعل قامت بنفس الشيء لذلك تجد الصين اليوم تنتج الكثير من الأنواع بكل الأحجام وارخص الأسعار ولكل الأجهزة الالكترونية وكما يقال الحاجة أم الاختراع.

مبادئ الصحافة الدولية

تتعدد وظائف الصحافة والخدمات التي تقدمها إلى جمهورها، إلا أن أهم وظيفة لها هي الإعلام، أي نقل الأخبار وطرحها والتعليق عليها، والصحيفة يجب أن تنقل الخبر بصورة مثيرة، حيث يقال إن الخبر ليس أن يعض كلب إنسانًا ولكن الخبر هو أن يعض إنسان كلبًا[1]. ولكي يتمكن الصحفي من ممارسة مهنته على قواعد عادلة وسليمة عليه أن يتبع مبادئ الصحافة الدولية التي تتفق عليها جميع مواثيق الشرف الدولية وأخلاقيات المهنة الصحفية في العالم وهي:

1- المسؤولية:

إن الغرض الرئيسي لجمع وتوزيع الأنباء والآراء هو خدمة الرفاهية العامة وذلك عن طريق إمداد الناس بالمعلومات وتمكينهم من إصدار الأحكام حول قضايا العصر. والصحفيون والصحفيات الذين يسيئوا استخدام هذه السلطة المتوفرة لديهم بحكم مهنتهم أو يوجهونها بدوافع أنانية أو لأغراض غير جديرة يكونون قد خانوا الثقة الممنوحة لهم من الرأي العام. ولا توجد وسيلة لاجتذاب القراء إلى الصحف الدولية

---

(1) د. خليل صابات: الصحافة رسالة واستعداد وفن وعلم، دار المعارف، القاهرة 1968، ص 21.

والمحافظة عليه كقارئ سوى تفانيها في خدمته والعمل على رفاهيته وكذلك مساهمتها في رعاية مصالحه وهذا يحملها مسؤولية كبرى، هذه المسؤولية توزع على كافة العاملين فيها. وكثيراً ما يواجه الصحفيون ورؤساء التحرير المكلفين بمراقبة وتتبع أنشطة الحكومة خيارات تثير الحيرة لأنها في منتهى الخطورة، فبعض المعلومات التي لاشك في قيمتها الصحفية قد تلحق الضرر بالأمن القومي إذا تم نشرها، تماماً كما حدث للمعلومات التي حصلت عليها صحيفة النيويورك تايمز عن غزو الولايات المتحدة الأمريكية لكوبا عام 1961 والمعروفة باسم عملية (خليج الخنازير) ولكن بعد أن طلب الرئيس كيندي من الصحيفة أن (تقتل) القصة قامت الصحيفة بحذف أية إشارة للغزو المحتمل وتغيير العنوان الرئيس (المانشيت) على الصفحة الأولى من أربعة أعمدة إلى عمود واحد على الرغم من أن الصحفيين لم يكونوا واثقين بان قرار التقليل من إبراز القصة على الصفحة الأولى كان هو القرار الصحيح. ومثال آخر عن المسؤولية في الصحافة الدولية يذكر انه بعد أن استولى رجال الحرس الثوري الإيراني على السفارة الأمريكية في طهران عام 1979، وأخذوا مجموعة من الأمريكيين كرهائن، كان بعض الصحفيين ووكالات الأنباء والمجلات العالمية يعلمون طوال عدة أسابيع أن مجموعة أخرى تضم ستة أمريكيين لجأوا إلى سفارة كندا في طهران ولكن وسائل الإعلام لم تذكر كلمة واحدة عن الخبر، حتى نجح الكنديون في تهريب المجموعة بأمان خارج إيران[1].

2- حرية الصحافة:

يجب المحافظة على حرية الصحافة باعتبارها حق من حقوق الإنسان، وهذا الحق يقرره القانون للأفراد بدون استثناء وعلى الصحفي الذي يتمتع بحرية العمل في المؤسسات الصحفية أن يقرن هذا الحق بمسئولياته كمواطن. إن معظم الصحفيين

---

(1) جون ل. هاتلنج: أخلاقيات الصحافة، ترجمة كمال عبد الرءوف، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، 1981، ص 19.

يدركون أن عليهم التزاماً بضرورة الدفاع عن حرية الصحافة عندما تتعرض هذه الحرية للانتهاك، وهذا الالتزام يعتبر جزءً لا يتجزأ من عملهم[1]. ولعل المضايقات التي تتعرض لها حرية الصحافة والتعذيب وعمليات القتل التي مني بها الكثير من الصحفيين والإعلاميين تكون خير دليل على استهداف الحق والحقيقة، بغية إخفائها عن أعين الجمهور. لقد كان عام 2012 الأسوأ في تاريخ الصحفيين من حيث عدد القتلى الذين لقوا حتفهم إما في منازعات مسلحة أو على شكل اغتيالات تطالهم من قبل المتنفذين والمجرمين وأصحاب العصابات المنظمة في بعض البلدان؛حيث قتل وفقاً لكل من المعهد الدولي للصحافة، ومنظمة (مراسلون بلا حدود) عام 2012 (141) إعلامياً حول العالم. وقد كان نصيب الإعلاميين بسوريا الذين كانوا متواجدون هناك لنقل أحداث القتل الدامي حظاً أوفر وأكبر من هذا القتل،حيث بلغ عدد الذين قتلوا فيها (17) صحفياً و(44) شخصاً يعملون في ما يسمى بصحافة المواطن و4 مساعدين إعلاميين خلال عام 2012. وبالمقابل يشير تقرير (مراسلون بلا حدود) السنوي عن حرية الصحافة لعام 2013 إلى أن فنلندا احتلت المركز الأول للبلدان العالمية الأكثر احتراماً لحرية الصحافة تليها كل من هولندا والنرويج يقابلها ثلاثة بلدان ديكتاتورية هي تركمانستان وكوريا الشمالية وإرتيريا تعاني من العنف المسلط على الصحفيين والإطار القانوني المستخدم ضد حرية الصحافة[2]. ويمكننا في هذا المجال أن نعطي بعض المؤشرات المرجعية التي تعتمدها المنظمات الدولية والمنظمات غير الحكومية الدولية لضمان حرية الصحافة وهي:

1- احترام سيادة القوانين المنظمة لقطاع الصحافة.

2- درجة حرية الممارسة الصحفية.

---

(1) أ.د خير الدين علي عويس وعطا حسن عبد الرحيم: الإعلام الرياضي، ج 1، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 1998، ص 121 – 122.

(2) مراسلون بلا حدود: التصنيف السنوي لحرية الصحافة 2013، http://anarchitext.org/2013/05/03/freedomreport2013

3- حق الحصول على المعلومة الخاصة بالمجال الحكومي.
4- حياد وشفافية الدعم الحكومي للصحافة المكتوبة وأثره على تعزيز تعددية واستقلالية الصحافة.
5- استقلالية وديمقراطية التنظيم الذاتي للصحافة.
6- التعددية اللغوية والثقافية والسياسية والمدنية في الإعلام الحكومي.
7- علاقة القضاء بالصحافة.
8- الضمانات المؤسساتية لحماية الصحفيين.
9- الشفافية في سوق الإعلان والنشر والتوزيع.
10- العلاقة التشاركية مع وسائل الإعلام والهيئات المهنية الأجنبية.

3- استقلال الصحافة:

على الصحفيين أن يتجنبوا التصرفات غير اللائقة، أو الظهور بمظهر غير لائق، كذلك عليهم أيضاً تجنب أي تضارب في المصلحة، وعليهم ألا يقبلوا أي شيء، وألا يسعوا وراء أي نشاط قد يؤثر أو يبدو انه يؤثر في كرامتهم وأمانتهم. فالصحفي الذي يقبل دعوة من إسرائيل للقيام بجولة في دول الشرق الأوسط على حسابها، قد يعود ولديه فهم أفضل للصراع في المنطقة العربية، ولمنه سيعود وقد اكتسب انحيازاً لإسرائيل، أو على الأقل سيبدو منحازاً لمن دفعوا له ثمن رحلته. وفي كل عام تقام قربة (300) مسابقة تنظمها مختلف الوكالات التجارية أو جماعات المصالح الخاصة، وهي جميعاً مفتوحة للصحفيين. وهناك جوائز لأفضل مقال عن السيجار، أو عن الأثاث، أو عن صناعة النفط، وعن منتجات أخرى عديدة أو خدمات لشركات مختلفة. هذه الجوائز تبلغ قيمتها ربع مليون دولار سنوياً تدفع نقداً. والسؤال الذي يثار هنا: كم من المقالات تتم كتابتها بطريقة تضمن الفوز في هذه المسابقات ؟ من المؤكد أنه ليست كل هدية مجانية أو جائزة تقدم بغرض إفساد الصحفي[1].

---

(1) جون ل. هاتلنج: مصدر سابق، ص 47 – 50.

إن الصحافة الدولية باعتبارها جزء من الصحافة العامة يجب أن تكون حرة من كل قيد عدا قيد ولائها للجمهور، فلا يجوز للصحافة الدولية أن تتبنى موضوعاً ضد مصالح هذا الجمهور مهما كان السبب لان هذا العمل يتعارض مع الأمانة الصحفية مع ضرورة الالتزام بإيضاح مصادر الأخبار التي تستقيها منها.

4- الصدق والدقة:

إن الحصول على ثقة القارئ هو أساس الصحافة الجيدة وعلى أساس هذا المبدأ يكون من واجب الصحافة الدولية قول الحق ولا عذر لها في عدم النشر بحجة عدم العلم بالخبر أو تقصير مراجعتها له. ويجب بذل كل جهد ممكن من أجل أن يكون المحتوى الاخباري للصحيفة الدولية دقيقاً وخالياً من أي انحياز، وفي نطاق الموضوع، وان تغطي القصة جميع الجوانب وتنشرها بعدالة. ويجب أن تتمسك المقالات والتحليلات والتعليقات بمبادئ الدقة نفسها في التعرض للحقائق مثلما تفعل القصص الإخبارية. أما الأخطاء الهامة في تقديم الحقائق، أو الأخطاء التي تنجم عن الحذف فيجب تصحيحها فوراً في مكان بارز. وفي أي عمل سريع الخطى مثل العمل الصحفي، تعدّ الأخطاء أمراً لا مفر منه. ويحاول المحررون والقائمين على الصفحات ورؤساء التحرير تجنب هذه الأخطاء والقضاء عليها، والمراجعون يبحثون عنها دائماً. وبالرغم من ذلك فان الاسم الخطأ في الهجاء أو العمر الذي جرى تبديله، أو كلمات المصدر المختصرة تجد دائماً طريقها إلى النشر بالرغم من كل هذه الجهود لمنعها. وهذه الأخطاء تقع عادة دون قصد، وترجع ببساطة إلى طبيعة المهنة الصحفية. ولكن بعض الأخطاء قد يكلف الصحيفة كثيراً، ويكلف أيضاً الأشخاص الذين شوهت صورتهم أو كلامهم في الصحيفة. إن الأخطاء قد تكون مكلفة جداً إذا رفع أحدهم دعوى قذف ضد الصحيفة، ومعنى ذلك لجوء الصحيفة للاستعانة بمحامين يكلفون الكثير للدفاع عنها.

وانطلاقاً من هذا الإدراك لأهمية الدقة التي أصبحت واحدة من القواعد الذهبية في عالم الصحافة أخذت وسائل الإعلام تعد الدقة الركيزة الأساسية في العمل

الصحفي لضمان التحقق مما يأتي[1]:

أ- الوصول إلى مصادر المعلومات.

ب- احتمال وجود مصلحة خاصة في سوء عرض الأحداث.

ج- عدم وجود قنوات إخبارية عديدة.

د- التحكم في المعلومات وعملية انتقالها التي تؤثر في مضمون الأخبار وطريقة عرضها.

هـ- المهارات الحرفية للمخبرين الصحفيين.

و- موقف الصحفيين من ميثاق المهنة والمعايير الأخلاقية.

ز- وجود صعوبات في فهم وتفسير الظروف والمواقف الحاصلة في البلدان الأجنبية التي تكون محكومة بنزعات عرقية.

ح- الظروف العامة التي تؤثر في التقارير الدقيقة والمعمقة.

ط- الاستعمال الدقيق للغة الإخبارية بحيث تنطوي على معاني واضحة.

ي- الجهل بدلالات الألفاظ لغةً واصطلاحاً أو عدم معرفة مدلولات الألفاظ الرمزية.

5- عدم الانحياز الصحفي:

يجب أن تفرق الصحافة الدولية ما بين الخبر والرأي فالأخبار عادة ما تكون خالية من وجهات النظر مجردة من الرأي، أما التعبير عن الرأي فله مكانه في بعض الفنون الصحفية الأخرى كالمقالة التي تحرر وتوقع دفاعاً عن وجهة نظر معينة أو قضية معينة تهم جمهور القراء وتشغل بال الرأي العام. وليس معنى أن تصبح الصحافة غير منحازة أن تسكت عن السؤال، أو تمتنع عن الإعراب عن رأيها في مقالاتها. ولكن الممارسة السليمة تتطلب أن يكون هناك فصل واضح بالنسبة للقارئ بين ما تقدمه الصحيفة كتقارير إخبارية، وبين الآراء. فالمقالات التي تحتوي الآراء والتفسيرات الشخصية يجب أن يتعرف عليها القارئ بوضوح في صفحة الرأي. لقد ظلت أجيال من

---

(1) أمل كمال قلنجي: وكالة أنباء رويترز وصناعة الأخبار، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت إلى كلية الآداب بجامعة بغداد عام 1995، ص 92.

الصحفيين حول حقيقة وقدسية التفرقة بين الخبر والرأي، وازداد الجدل مع ظهور التقارير الإخبارية التفسيرية للأحداث، وألوان أخرى من الصحافة الحديثة[1].

وينبغي للصحافة الدولية التعامل مع الأخبار وفق مبدأ عدم الانحياز الصحفي حتى مع الأخبار العاجلة التي تتطلب منها الاهتمام والنشر الفوري ومن هذه الأخبار[2]:

أ - سقوط حكومة أو زعيم أو نتائج انتخابات مهمة أو تعيين زعيم حكومة جديدة.

ب- انهيار مؤسسة ضخمة أو تغيير في سعر الفائدة على عملة رئيسة أو تغيير في مؤشر مالي مهم عالمياً أو إقليمياً.

ج- اتفاق في مؤتمر رئيس كمؤتمر قمة عربي أو مؤتمرات أوبك.

د- الحكم في قضية مهمة.

هـ- خبر يتضمن مذبحة مثل مقتل أكثر من ثلاثين فلسطينياً في الخليل.

و- كوارث طبيعة مدمرة مثل الزلازل.

6- كتابة القصة الخبرية بإنصاف:

يجب على الصحفيين أن يحترموا حقوق الأشخاص الذين لهم علاقة بالأخبار، وان يرعوا المعايير المشتركة للأمانة والشرف، وان يكونوا مسؤولين أمام الجمهور عن عدالة ودقة تقاريرهم الإخبارية. والأشخاص الذين يتم اتهامهم علناً يجب إعطاؤهم حق الرد في أقرب فرصة. وعند كتابة الأخبار يجب على الصحفي أن يقدر ما إذا كان سينشر المعلومات التي قد تتسبب في ألم أو إحراج الأشخاص المتصلين بهذه الأخبار مباشرة أو بطريقة غير مباشرة. وأحياناً تكون حاجة الرأي العام إلى معرفة حقيقة الحدث واضحة بدرجة يمكن معها التغاضي عن الحساسية بالنسبة للأشخاص الذين سيتأثرون بالخبر. وفي حالات أخرى أقل وضوحاً على الصحفي ان يزن الموقف، مثلما

---

(1) جون ل. هاتلنج: مصدر سابق، ص 71.

(2) The BBC S Values and standards, Producers Guidelines, BBC publisher, 2003, P.6.

يفعل القاضي في المحكمة، وان يقرر ما إذا كانت القيمة الخبرية للقصة لها الأولوية على حق الأشخاص في السرية. كما أن الصحفي الذي يواجه موعداً محدداً للطبع عليه أن ينتهي من عملية التفضيل هذه وأمامه وقت أقل بكثير من ذلك المتاح أمام القاضي في المحكمة لكي يصدر حكمه. وبعض العاملين في قسم الأخبار في الصحيفة الدولية يحاولون تجنب هذه المسؤولية، وهم يلجأون إلى فلسفة الصحفي تشارلز دانا في القرن التاسع عشر التي تقول: كل ما سمح به الله أن يحدث في هذه الدنيا، فان دانا على استعداد لنشره في صحيفته. ولكن إلقاء المسؤولية على السماء تعتبر مدخلاً ساذجاً للغاية، لأن مسؤولية اتخاذ القرارات تقع على كاهل الصحفيين ورؤسائهم في الصحيفة[1]. ولا يجوز للصحافة الدولية أن تنشر اتهامات غير رسمية تمس سمعة بعض الأفراد دون أن تعطي الفرصة للمتهم من إبداء دفاعه كخبر رشوة بعض الحكام. وقد جرت العادة أن تعطي الصحافة فرصة للمتهم في جميع أحوال الاتهام التي لا يتناولها القضاء للدفاع عن نفسه. كما لا يجوز للصحافة أن تهاجم المشاعر الشخصية للأفراد بدون التأكد من حق المجتمع. كما أن من واجب الصحافة الدولية أن تصحح أخطاءها فوراً مهما كان مصدرها.

7- قواعد اللياقة:

لا يجوز للصحافة الدولية أن تسرف في نشر تفاصيل الجرائم التي تحدث في المجتمع، لان رسالتها أسمى من أن تتعرض لنشر كل ما يتعلق بالجرائم وسوء السلوك. وتتعرض الصحافة الدولية للمساس بخصوصيات الأفراد في حالات معينة وهي كما يأتي:

أـ وقوع ظلم على الأفراد:

فعندما يقع ظلم من صاحب الخصوصية على فرد أو مجموعة أفراد وجب على الفرد أو المجموعة إفشاء ذلك على الرغم من أن ذلك فيه إساءة لصاحب الخصوصية وإظهار لأمور قبيحة في المجتمع. مثال ذلك ملف (جرائم نجوم الرياضة) الذي

---

(1) جون ل. هاتلنج: مصدر سابق، ص 81 – 82.

نشرته صحيفة الأهرام الدولي يوم 2013/10/3[1] حول اتهام العداء الجنوب إفريقي (أوسكار بيستوريوس) في جريمة قتل صديقته عارضة الأزياء (ريفا ستينكامب)، ومن بعده اتهام نجم منتخب غانا (جون بانستيل) بالاعتداء على زوجته بطعنها في عينها، بعد اكتشافها خيانته لها أثناء مشاركته مع منتخب بلاده في بطولة كأس الأمم الإفريقية التي أقيمت مؤخراً في جنوب إفريقيا، ليفتح مجدداً الملف الأسود لنجوم الرياضة في كل أنحاء العالم وعبر التاريخ الذين تورطوا في جرائم خطيرة. ومن هنا فان من واجب الصحافة فضح ظلم صاحب الخصوصية لفرد أو مجموعة أفراد وينطبق ذلك على نص ورد في القران الكريم، فإذا كان الإسلام يحرم الجهر بالسوء كقاعدة عامة فانه جعل للمظلوم استثناء من هذه القاعدة لرد الظلم الذي وقع عليه كقوله تعالى: ﴿ لَّا يُحِبُّ ٱللَّهُ ٱلْجَهْرَ بِٱلسُّوٓءِ مِنَ ٱلْقَوْلِ إِلَّا مَن ظُلِمَ ۚ وَكَانَ ٱللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا ﴿١٤٨﴾ ﴾ [النساء: 148].

بـ الاستناد إلى أدلة مشروعة:

حيث يجب عدم إفشاء خصوصيات الأفراد والمساس بسمعتهم أو الإساءة إلى مكانتهم أمام الآخرين بدون أدلة مشروعة تثبت صحة الادعاء. فاتهام الآخرين بما قد يسئ إليهم عبثاً أو افتراء بغير دليل صحيح غير جائز قانوناً. وقد يشكل هذا جريمة قذف في القانون الجنائي يعاقب عليها. كما وجب أن تكون أدلة الادعاء مشروعة فلا يكفي أن تكون الواقعة صحيحة فلو حدثت الواقعة موضوع النشر في مكان خاص كمنزل صاحبها مثلاً وتم معرفتها عن طريق التلصص أو التجسس عن طريق وضع كاميرات تسجيل سرية في الأماكن الخاصة أو عن طريق القهر أو العنف كاقتحام البيوت دون إذن مقبول، فإن الأدلة المقدمة بشأنها يجب أن لا يعتد بها وذلك بخلاف الحال إذا وقع الحدث في مكان عام من حق الآخرين التواجد فيه كالنادي مثلاً أو في مكان خاص تم الاتصال به بطريق مشروع. ومن الأمثلة التي تذكر في هذا المجال

---

(1) صحيفة الأهرام الدولي: العدد الصادر بتاريخ 3/ 10/ 2013.

فضيحة (وترغيت) التي اتهم فيها الرئيس الأمريكي الاسبق نيكسون بتأجير خمسة رجال لزرع ميكروفونات دقيقة في مقر اللجنة القومية للحزب الديمقراطي للتنصت عليها. وبعد إدانتهم في آذار 1973 اعترف أحدهم، وهو (جيمس مكورد)، بتورط جهات عليا في القضية، وكشف عن المبالغ المالية التي تقاضاها هو وزملاؤه من حملة نيكسون. وفي الشهر التالي بدأ التحقيق مع رجال الرئيس، وحصلت المحكمة العليا على 154 ساعة من تسجيلات البيت الأبيض، فرغتها في 30 ألف ورقة لكن الخبراء كشفوا عن مقاطع حذفت من التسجيلات بأمر الرئيس نيكسون فلم يكن أمامه سوى الانسحاب من السلطة.

جـ تحقيق فائدة من النشر:

إن الاصل من الجهر بالسوء من خصوصيات الآخرين وحظر نشره لضرره وما يمكن أن يؤدي اليه من شيوع الرذيلة في المجتمع، ولا يسمح بالخروج عن هذا الاصل إلا استثناء إذا وجد المبرر لهذا الاستثناء، وهذا المبرر يتمثل في الفائدة التي يمكن أن تعود على الفرد المظلوم أو الجماعة من النشر المتصل بهذه الخصوصية وهذه الفائدة قد تتمثل في رد الظلم عن المظلوم بمساعدة الآخرين الذين تم إعلامهم. فعندما نجح أحد المحاربين القدامى في انقاذ حياة الرئيس الأمريكي فورد من محاولة لاغتياله في سان فرانسيسكو عام 1975 كتبت إحدى الصحف عن الرجل انه شاذ جنسياً والتقطت معظم الصحف الأمريكية القصة واستاء الرجل من كشف شيء يخصه وشكا من أن هذا يعتبر خرقاً لا مبرر له لأحد شؤونه الخاصة. غير ان كاتب الصحيفة الذي استخدم رواية الشذوذ الجنسي في القصة أحس أنها ضرورية للخبر لأنها قدمت تفسيراً محتملاً لأسباب امتناع البيت الابيض عن تقديم الشكر رسمياً للمحارب القديم الذي أنقذ حياة الرئيس. وبالإضافة إلى ذلك، فان جماعة الشواذ في سان فرانسيسكو كانوا متحمسين للكشف عن شذوذ الرجل امام الرأي العام من القراء، لان ذلك سيحسن من صورة الشواذ أمام المجتمع[1].

(1) جون ل. هاتلنج: مصدر سابق، ص 91 – 92.

مشاكل الصحافة الدولية

إن الصحافة الدولية المعاصرة لا تعاني فقط من الصعوبات المادية، وإنما تواجه اليوم العديد من المشكلات المرتبطة بطبيعة المهنة الصحفية نفسها ويمكن أن نوجز أهم هذه المشكلات بما يأتي[1] :

1- مشكلة اللغة:

لعل المعضلة الأساسية التي تواجه الصحافة الدولية في الوقت الحاضر هي مشكلة اختلاف اللغات التي تقف حاجزاً في طريق إيصال الرسالة الإعلامية للمتلقي للصحافة العابرة للحدود الدولية ولهذا فإننا نجد أن الدول الغربية تحرص في إيصال رسالتها الإعلامية على أن تكون لغتها عالمية لكي تصل رسالتها الإعلامية إلى العالم توطئة لفهمها وفهم رسالتها من قبل البلدان والشعوب المختلفة. وتعد اللغة الانكليزية من أهم اللغات الدولية التي تحرص عليها الصحافة الدولية في توجهها نحو الدولية والانتشار.

(1) أ.د محمد البخاري: مصدر سابق، ص38 – 40.

2- التمويل:

تعترض عملية الانتشار والتبادل الإعلامي الدولي عقبة كبيرة تتعلق بتمويل المؤسسات الإعلامية التي تعمل كنشاط في دائرة الإعلام الدولي. إذ إن كلفة إنتاج وتوزيع أي عمل إعلامي خارجي تكمن في استمرارية التمويل وإمكانية صرف موارد مالية تمول نشاط تلك المؤسسات ولهذا نجد مثلا أن نشاط وزارة الدفاع الأمريكية البنتاغون تخصص ثلث ميزانية الوزارة البالغة (287) مليار دولار إلى الأنشطة الإعلامية والدعائية التي تخدم أهداف السياسة الأمريكية المتمثلة في (الإعلانات التجارية، السينما، الصحف الدولية، الشبكات الإذاعية والتلفزيونية). وقد أدى الاعتماد على العطاءات الحكومية المباشرة من بعض الصحف الدولية، إلى استشراء أمراض في جسم الصحافة الدولية جعلت العلة منها وفيها. فمن يعول على هذا التمويل يفقد تلقائياً أهلية المطالبة بالحقوق والحريات التي يحتاجها ليمارس المهنة وفقاً لأصولها، وليس له سوى أن ينتظر حتى تدرك هذه الجهة الحاكمة أن لديها مصلحة في أن تُعرف الحقائق وأن يكون هناك نوع من السلطة في يد الصحافة. ومع نشوء صحافة بتمويل خاص أمكن التعرف إلى محدودية التحسن الذي جلبته ميزة القطاع الخاص الذي يرتبط أشخاصه بتبعية لمصالحهم ولمن يتحكم بهذه المصالح، فصحافتهم المتحررة نظرياً من قيود التمويل الحكومي تخضع واقعياً وعملياً لشروط مزدوجة غالباً ما تكون أشد تضييقاً على الصحافة والصحفيين. فضلاً عن أن تأثير ظهور الفضائيات والإنترنت على الصحافة المكتوبة واضح، من حيث استقطاب التمويل الأكبر واجتذابه معظم ميزانيات الإعلان الذي يقف عائقا أمام إصدارات طبعات دولية لصحف على مستوى أقل من الجيد.

3- الأزمات الاقتصادية والسياسية في العالم:

إن الأزمة المالية الدولية قد أثرت على الصحافة الدولية وانعكست على الصحفيين أنفسهم، إذ تم تسريح 15 ألف صحفي في الولايات المتحدة الأميركية عام 2008، كما أقدمت العديد من المؤسسات الإعلامية على خفض رواتب العاملين لديها.

أن معظم الصحف العربية في الأزمة الدولية ذهبت في اتجاهين، الأول إعادة ترتيب البيت الصحفي من الداخل عبر اتخاذ جملة إجراءات مالية وإدارية هدفت إلى تخفيض النفقات للسيطرة على الوضع والحد من الاستنزاف المالي، والثاني فتح سباق محموم بالمنافسة على تقديم العروض المغرية للقراء عبر برامج تسويق ومسابقات وجوائز لزيادة أعداد القراء والمشتركين وصولاً إلى حصة مناسبة من الإعلان كذلك تقديم هدايا مجانية وجوائز مغرية، وتخفيض الاشتراكات، وإلى ما هنالك من أساليب ووسائل تسويقية تخاطب بلغة مخفية المعلنين ووكالات الإعلان الذين يتشوقون لارتفاع أرقام التوزيع. إن تذبذب الأسعار يخلق عدم استقرار في استيراد الورق ولوازم الطباعة الأمر الذي ينعكس على النشر يعبر تماماً عن الحالة الاقتصادية عموماً، فإذا تأثر الاقتصاد لا بد أن يتأثر النشر على اختلاف أنواعه. كان تأثير الأزمة المالية على صناعة النشر، قد أدت إلى تراجع الإنفاق الإعلاني بعد الأزمة، وأدى إلى زيادة الضغوط التشغيلية على وسائل الإعلام في المنطقة كلها، خصوصاً في قطاع النشر المتخصص والمجلات، فقد أدى تراجع الإنفاق إلى إغلاق 64 وسيلة إعلام خلال تسعة أشهر من بداية الأزمة، فيما احتجبت 57 وسيلة أخرى عن الظهور بشكل مؤقت، إلى حين تبلور أوضاع السوق. وكان إجمالي عدد المجلات التي توقفت عن الصدور في المنطقة العربية منذ بداية الربع الأخير من العام الماضي 2008 وحتى نهاية النصف الأول من العام الحالي 103 مجلات منها 52 مجلة توقفت تماما عن الصدور مقابل 48 مجلة علقت صدورها بشكل مؤقت، فيما استغنت بعض الإصدارات عن الطباعة الورقية واكتفت بالتحول التام إلى موقع إلكتروني. كذلك فان هناك مشكلة أخرى كبيرة تواجه الصحافة الدولية وهي مشكلة المديونية العالية التي تواجه بعض الصحف الدولية في الوقت الراهن، مثل المديونية العالية التي تعاني منها صحيفة (النيويورك تايمز) من ديون تعادل مليار دولار.

4- طبيعة النظم السياسية وقابليتها للتطور:

فهذه تتحكم بنوعية الصحافة الممكنة وموضوع مهنيتها وحدود ممارستها لدورها. فالمهنية الصحيحة لا تعمل إلا في بيئة تحترم قيم العدل والحرية والمساواة والحقوق

الطبيعية للإنسان، أما غياب هذه القيم فلا يخفض مهنية الصحفي بل يخفض أيضاً مهنية السياسي والمسؤولين بمستوياتهم كافة. إن قوانين النشر والمطبوعات والأنشطة الإعلامية من أهم الوسائل التي تستخدمها الحكومات للسيطرة على وسائل الإعلام في بلدانها، خاصة لدى الأنظمة التي يغيب فيها فصل حقيقي بين السلطات ولا يمكن اعتبار الصحافة فيها سلطة مستقلة بعيدة عن التبعية أو السيطرة الرسمية. ولا بد للصحافة من أن تتابع بدأب ونشاط العمل للحصول على أفضل إطار قانوني لعملها. والواقع أن الصعوبات التي يتعرض لها الصحفي في عمله تُعزى إلى بطء تبلور ثقافة احترام حق الرأي العام في المعرفة، وهي الثقافة التي تلزم الدولة بمؤسساتها وأشخاصها بالتعامل الجاد والايجابي مع الصحافة. إن طبيعة النظم السياسية في العالم لها تأثير كبير على حرية الصحافة التي تحدد عملية تداولها وكذلك تحدد طبيعة الموضوعات المثارة فيها وكيفية المعالجة الصحفية للأخبار والفنون الصحفية الأخرى كذلك فان طبيعة النظم السياسية لها تأثير كبير في توظيف التقنيات الجديدة، تركز على الحاجات الجديدة للقراء في عالم جديد يحتاجون فيه إلى معلومات على مدار الساعة. أن القارئ لم يعد مستهلكاً للأخبار وحسب، بل أصبح محرراً وناشراً لها أيضاً، داعياً إلى التغلب على سلبيات العمل التحريري المعمول بها في كثير من الصحف، كعدم استخدام نظام النشر المباشر للأخبار المستجدة على الانترنت بالنص والصورة المتحركة والصوت أو الخدمات الهاتف النقال، وغياب التخطيط المسبق للتغطية الإعلامية. ومن بين الأمثلة التي تذكر في هذا المجال السبق الصحفي الذي حققه مواطن أمريكي عادي مستخدماً التقنيات الحديثة والذي صور سقوط طائرة الإيرباص الأميركية فوق نهر «هدسون» قبالة مانهاتن بنيويورك يوم 15/ 1/ 2009، هو الذي يمكن النظر إليه ليس بوصفه خبراً عادياً، بل هو يؤشر لعصر جديد عنوانه (صحافة السرعة) أو (صحافة المواطن). فأول من التقط صورة الطائرة هو مواطن أميركي عادي يدعى (جانيس كروس)، هذا المواطن تحول إلى أسرع صحفي في العالم، عندما شاهد الطائرة في لحظة السقوط وأمسك بهاتفه النقال؛ ليرسل الصورة إلى الصحيفة وتوزع فيما بعد على المواقع الالكترونية والمدونات. إن التطورات التقنية لها أثرها على النشر، حيث أصبح القارئ الآن ناشراً

للمعلومات عن طريق فيس بوك والتويتر، كما حدث في التوترات التي شهدتها سوريا مؤخراً.

5- أزمة المصداقية:

تواجه الصحافة تحدي حقيقي لمدى مصداقيتها خاصة بعد أن تبين وجود استغلال من أجهزة المخابرات للصحافة الدولية وخاصة المراسلين الخارجين، إذ تدفع هذه الأجهزة أموالاً لبعض المراسلين بهدف تزويدهم بالمعلومات، والأخطر من ذلك أن أجهزة المخابرات أحيانا تتسلل إلى هذه الصحف بتعيين عملاء لها كمراسلين ولا شك أن نتيجة ذلك يهز الثقة في الصحافة الدولية، وقد يصل الأمر لأجهزة المخابرات للسيطرة التامة على مطبوعات دولة معينة. وتعد أزمة المصداقية من المشكلات الصحافة الدولية التي تتعرض لها بعض الصحف الإقليمية وهذا ما يدفع نحو الاعتماد على الصحف الأجنبية كمصدر لتفاصيل الأخبار، هذا يؤدي إلى عزوف القارئ المحلي عن الصحافة. كذلك فان «ثلاثية السبق والمصداقية والمهنية، والتساؤلات حول مصير الصحافة الورقية في ظل منافسة من الصحافة الإلكترونية ووجود تشريعات تراقب وتحاسب منذ العهد العثماني مروراً بأحدث القوانين العربية التي أبقت على موانع الرقابة مع تغيير العبارات فقط تبقى مشكلة كبيرة من مشاكل الصحافة الدولية.

6- الثقافة ومنظومة العادات والتقاليد الاجتماعية:

تواجه الصحافة الدولية مشكلة اختلاف الثقافة ومنظومة العادات والتقاليد الاجتماعية بين الشعوب. وهناك الكثير من المحددات والعوامل التي يراعيها الصحفي أثناء قيامه بمهمته، حيث يواجه العاملون في المجال الصحفي قيوداً تحد من دورهم في مراقبة أداء مؤسسات الدولة بحريّة وشفافيّة ومسؤولية تجاه المجتمع، وهي إما قيود ثقافية اجتماعية نابعة من طبيعة النظام السياسي الاجتماعي السائد في البلد، أو قيود قانونية وضعت للسيطرة وضبط أداة وسائل الإعلام. إن ثمة اعتبارات تتم مراعاتها في الصحافة العربية من أهمها: مبادئ الدين والعقيدة، والأعراف والتقاليد القبلية، وتحديات التركيبة السكانية والعولمة، إضافة إلى ثورة الاتصالات الحديثة.وأن ثمة قيوداً

وعوائق تواجه العمل الصحفي وتؤثر في أدائه من بينها: قصور النظرة الاجتماعية للعمل الصحفي، والضغوط الأسرية والمجتمعية على العاملين في المهنة. أن الكتابة عن الأمور ذات الصلة بالجنس والدين والسياسة تجد صعوبات في الصحافة العربية. كذلك فان الثقافة ومنظومة العادات والتقاليد الاجتماعية وخاصة في المجتمعات العربية قد جعلت صحافتها عاجزة عن أن تصبح صحافة جماهيرية وبقيت إلى حد كبير صحافة نخبوية، تتوجه أساساً إلى النخبة المتمركزة في العاصمة والمدن الكبرى، فلم تتحول قراءة الصحف إلى عادة يومية وبقيت أرقام توزيع الصحافة المركزية دون الحد الأدنى الذي حددته اليونسكو. فضلاً عن أن الخطاب الصحفي العربي منهمك في خدمة المصالح الآنية والجزئية للأنظمة وغالباً ما يفتقر إلى البعد الإنساني، وكذلك ابتعاد الخطاب الصحفي العربي عن الواقع وانشغاله في تكوين وعي زائف، إذ إن صحافة معظم الأنظمة العربية لا تضع الجمهور المتلقي على قائمة اهتماماتها وتنظر إليه كمستهلك وليس كمشارك، فهي معنية بإرضاء السلطة وليس بالاستجابة لحاجات الجمهور[1].

7- المشاكل الداخلية:

هناك تحديات تواجه الصناعة الصحفية وهي المحافظة على وجود الكوادر المواطنة المؤهلة والمدربة في الصحف، خصوصاً بعد أن تزايدت في السنوات الأخيرة حالات تسرب الكوادر المواطنة من الصحافة إلى وظائف أخرى أقل أعباء وأعلى دخلاً. كما يزيد من المشكلة ضعف الإقبال على العمل الصحفي من الخريجين. أن أقسام الصحافة في كليات الإعلام والآداب العربية تعاني من عزوف الطلاب، حيث يتجه الكثير من الذين يختارون التخصص في مجال الإعلام إلى مسارات العلاقات العامة أو الإذاعة والتلفزيون للعمل لاحقاً في جهات أكثر تألقاً وبهرجة من العمل الصحفي،

---

(1) أديب خضور: الإعلام العربي على أبواب القرن الحادي والعشرين، دمشق، سلسلة المكتبة الإعلامية، 2000، ص111-115.

الذي يتطلب من الشخص العمل لسنوات عديدة وكفاحٍ طويل حتى يبني لنفسه اسماً ومكانة في الوسط الإعلامي. ويمكننا أن نقف كمثالٍ على تجاوز بعض الصحف العربية لمشاكلها الداخلية ما اهتمت به صحيفة (الشرق) القطرية حين أكدت على طرح موضوع البعد المحلي كأداة للتميز: وقد اختارت هذه الصحيفة تجربة الملحق الشهري الذي حمل عنوان (بالقطري الفصيح) يقوم بإعداده وتحريره فريق قطري مائة في المائة بدون أدنى تدخل من الخبرات الوافدة. أن البعد المحلي يمثل تميزاً في الصحافة أن الأولوية في أية صحيفة كانت وستبقى للصحافة المحلية، فهي محك المهنية ومختبر التأثير ومعيار النجاح ومؤشراته، فالنجاح المحلي جواز مرور إلى السمعة والمكانة الخارجيين، والصحيفة القوية في وطنها تصبح نوعاً من المرجعية للخارج الذي يريد أن يفهم ما الذي يجري في الداخل.

8- العقبات التي تواجه المراسلين:

يواجه العديد من مراسلي الصحف الدولية عقبات كثيرة منها ما يتعلق بعدم معرفة ما يجري عملياً على الأرض في مناطق الحرب والصراع المسلح ومناطق التوتر، فيقع بعضهم أسرى تضليل مصادر طرفي النزاع، ولذلك نجد أن توقعاتهم وتنبؤاتهم وتحليلاتهم في تلك المناطق تأتي مغايرة للحقيقة والواقع. وهذا ما حدث مع المراسلين الصحفيين في تغطية أخبار الحرب الأمريكية على العراق عام 2003، فالإدارة الأمريكية كانت توجه جميع المراسلين والصحفيين وتقدم معلومات كاذبة لهم والصحفي الذي يدخل مع وحدة أمريكية يبقى معها ولا يحق له التحرك منفرداً أو الانسحاب عندما يشاء، إذ إن التعليب المسبق قبل النشر كانت سمة مميزة من سمات العمل الإعلامي من الطرف الأمريكي وأصبحت (Fox News) إمبراطورة الحرب على حساب الـ(CNN)، فالصحافة العربية التي غطت ضمن مناطق نفوذ العدوان الانكلو - أمريكي كانت مهيأة مسبقاً وأرسلت عدداً كبيراً من صحفييها إلى دورات تدريبية في البنتاغون، إذ خضعوا إلى 12 صفحة من الممنوعات قدمت لهم من قوات الاحتلال الأمريكي - البريطاني وبالتالي لم يستطع أي صحفي أن يمر إلاّ عبر المصفاة الحربية، الأمر نفسه طبق

على الصحفيين الموجودين في قاعدة السيلية في قطر الذين كانوا أيضاً يخضعون للأمر اليومي الأمريكي[1].

وتمثل بعض العقبات التي تواجه المراسلين تحديداً للعمل الصحفي في مجال الصحافة الدولية ومنها:

- تضع بعض الدول صعوبات وتحديات تمنع وصول بعض المراسلين إلى مصادر الأنباء.
- يتم أحياناً منع المراسل الصحفي من دخول الدولة أساساً.
- فرض رقابة قاسية على البرقيات والتغطيات الصحفية.
- يواجه بعض المراسلين أخطار صحية وأمنية أثناء تغطية النزاعات المسلحة والحروب.

---

(1) نهوند القادري: قراءة أولية في مشهد التغطية الإعلامية للحرب على العراق، تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 1، 2004، ص 53 – 55.

واقع الصحافة العربية الدولية

تصدر في الوطن العربي اليوم عشرات الصحف الدولية غالبيتها باللغة العربية فيما تصدر صحف أخرى طبعات أخرى بلغات مختلفة وتتخذ من عواصم عالمية مراكز لانتشارها. ويوجد في العالم اليوم العشرات من الصحف العربية التي تصدر طبعاتها الدولية من لندن ونيويورك وباريس وغيرها وتتفرع بعض الطبعات الدولية عن طبعات محلية للصحيفة ذاتها تمثل الطبعة الأم بالنسبة إلى النسخة الدولية مثل صحيفة (الأهرام الدولي) التي تصدر عن الدار التي تمثل طبعة دولية عن صحيفة (الأهرام) المصرية العريقة، فيما نشأ بعض هذه الصحف خارج الوطن العربي وبدأت بإصدار طبعات محلية في عواصم عربية عدة مثل صحيفة (الحياة) اللندنية التي صدرت في لندن عام 1988 وأصدرت طبعات محلية في بيروت وجدة وغيرها، ويكاد يكون مشروع إصدار طبعات دولية لصحف عربية مشروعا خاسرا من الناحية التجارية على العكس من الفضائيات والإذاعات بسبب التكلفة العالية التي يتطلبها بالعملة الصعبة لكنه في الوقت ذاته تجربة إعلامية مهمة،كما أنها سمة حضارية ودعاية سياسية تعمل على انتشار الفكر السياسي والثقافي للبلد مع ربط الجاليات بأخبار الوطن والتواصل معها وتصدر إلى جانب الصحف مجموعة من المجلات الدولية مثل مجلة سيدتي ومجلة المجلة وغيرها[1].

---

(1) د. إبراهيم عبد الله المسلمي: الطبعات الدولية للصحف العربية - دراسة تحليلية مقارنة، القاهرة، دار العربي للطباعة والنشر،1993، ص 65 - 66.

وتعرف الصحافة العربية الدولية بأنها: الصحافة المتحررة من قيود الحدود الجغرافية والقيود الرقابية. ويعرفها باحثون ومختصون إعلاميون بأنها: تلك الصحف التي تطبع وتوزع في عدة دول في وقت واحد[1]. ويرى آخرون أن الذي يميز الصحيفة العربية الدولية عن غيرها من أنواع الصحف هي: أن تصدر الصحيفة أكثر من طبعة في أماكن مختلفة من دول العالم، وبلغات مختلفة أخرى غير لغتها الأصلية التي تصدر بها من موطنها الأصلي[2]. ومن هنا فان الصحف العربية الدولية هي تلك الصحف التي تطبع وتوزع في عدة دول في وقت واحد.

وثمة من يعد الطبعات الدولية التي تصدرها المجلة أو الجريدة المحلية أو الوطنية أو ما تسمى (بالصحيفة الأم)، صحافة دولية ما دام الهدف من إصدارها هو التوزيع خارج حدود وطنها. فيعرف الصحافة الدولية بأنها: (تلك الصحف التي تصدر لتوزع خارج الدولة نفسها، بمعنى أنها تعبر حدود وطنها، وتتم قراءتها خارج الحدود في بلاد غير البلاد التي تصدر فيها) [3]. ويمكننا أن نجد في الوقت الحاضر طبعات دولية تصدر عن النسخة المحلية الأصلية التي تصدر في موطن الصحيفة الأصلي وهذه الطبعات تصدر في الغالب عن الصحف العربية التي ولدت داخل حدود الوطن العربي مثل صحيفة الأهرام التي تصدر عنها طبعات عده مثل الأهرام الدولي والأهرام العربي وغيرها وهذه الطبعات انبثقت عن الطبعة الأصلية في مصر، أو تصدر طبعة رئيسة خارج البلاد وتصدر عنها طبعات محلية وأخرى عربية ومنها صحيفة الحياة التي صدرت في لندن عام 1988 واستأنفت بإصدار طبعات محلية وعربية مثل طبعة بيروت وطبعة الرياض وطبعة باريس وغيرها.

---

(1) د. إبراهيم عبد الله المسلمي: مصدر سابق، ص32- 33.

(2) جون رابيتز: الاتصال الجماهيري – مدخل، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1987، ص 101.

(3) عبد الجواد سعيد ربيع: فن الخبر الصحفي – دراسة تطبيقية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2005، ص 22-23.

ومن هنا نجد أن هناك صحفاً تصدر طبعات مطابقة للطبعة المحلية من حيث اللغة والمادة التحريرية مع بعض المتغيرات في إخراج الصحيفة مثل (الأهرام الدولي) القاهري إذ تصدر لها طبعات في دول أخرى مثل لندن ونيويورك و(القبس الدولي) و(السياسة الكويتية) من الكويت ولهما طبعات في لندن.ومنها ما تصدر أساساً من خارج موطنها الأصلي مثل صحيفة (الشرق الأوسط) السعودية التي تصدر من لندن ولها طبعات موطنها الأصلي من الرياض وجدة والظهران، وطبعات أخرى عربية من الدار البيضاء والقاهرة ثم طبعات دولية في كل من مرسيليا وباريس ونيويورك، و(الحياة) اللبنانية التي تصدر وتطبع في لندن ومرسيليا والقاهرة ولها طبعات في موطنها الأصلي في بيروت[1].

وعلى أساس ما تقدم يمكن تقسيم الصحافة العربية الدولية إلى خمس مجموعات هي:

1- صحف الجاليات العربية في الخارج وتصدر باللغة العربية ومعظمها في أستراليا وأمريكا الشمالية والجنوبية وأوروبا والتوزيع داخل حدود الدولة.

2- الصحف العربية المهاجرة أي التي فرض عليها الهجرة نتيجة الملاحقة والقهر فهاجرت من البلاد العربية إلى الخارج، وهي ظاهرة قديمة، وأول صحيفة عربية مهاجرة أصدرها رزق الله حسونة الحلبي عام 1858، وهي (مرآة الأحوال) في الأستانة عاصمة الدولة العثمانية.

3- الطبعات الدولية لبعض الصحف الوطنية مثل: الأهرام الدولي، القبس الدولي، النهار الدولي، الحياة الدولية، الشرق الأوسط... الخ.

4- الصحف التي يصدرها صحفيون عرب بتشجيع من حكوماتهم في بعض

---

(1) خلود كاظم العامري: القصة الخبرية والتقرير الخبري في الطبعات الدولية لجريدتي الحياة والأهرام – دراسة مقارنة في شؤون العراق لعامي 2004 و 2005، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2007، ص 48.

العواصم الأوروبية للاستفادة من التطور التقني في الخارج، وكذلك رغبة بعض الأنظمة في التحايل للاستقطاب.

5- الصحف التي تصدر بلغات أجنبية في بعض الدول العربية وتوزع بين الأجانب في تلك البلاد وهي ظاهرة قديمة ترتبط بالاستعمار الذي يحرص على إصدار هذه الصحف لخدمة جنوده ورعاياهم.

وعلى الرغم من مساحة الحرية التي توسعت في السنوات الأخيرة للصحافة العربية الدولية إلا انه ما يزال الكثير من الصحف يرزح تحت ثقل إرث الماضي الإعلامي ممثلاً في الصحافة التجنيدية والتعبوية، ويمكن التماس ذلك عبر مستويين: يتعلق المستوى الأول بالموضوع عن طريق هيمنة المواضيع السياسية في المادة الإخبارية على حساب المواضيع الاجتماعية والأحداث المتنوعة في حين أن المستوى الآخر يتعلق بالشكل،إذ يعد الحوار والجدل السمة الغالبة في القالب التعبيري الإعلامي في الدول العربية، فبعض سلطات الدول العربية تشعر بان زمام حرية التعبير والإعلام قد أنفلت من يدها، لذا تسعى للتحكم في هذه الحرية عبر إصدار ترسانة من القوانين التي لا تؤطر حرية التعبير ولا تحميها من الأنزلاقات بل تسعى إلى كبحها وعلى سبيل المثال: قانون العقوبات في الجزائر ومراجعة قانون النشر في كل من مصر والأردن، وليس هذا فقط بل إن هذه السلطات ما تزال تستخدم الأساليب القديمة لتحديد وتقييد حرية الصحف والمجلات والمتمثلة في تعليق نشرها أو منع صدورها، وتناست توافر وسائل حديثة تمكن هذه الصحف من الوصول إلى جمهورها، فمنع الصحيفة الناطقة باسم العمل المصري لم يحرمها من تقديم مادتها الإخبارية عبر شبكة الانترنت ومن زيادة الإقبال عليها لأنها ممنوعة من النشر الورقي[1].

---

(1) نصر الدين العياضي: تجليات الثابت والمتحول في الوضع الإعلامي العربي – الإعلام العربي والآخرون، تونس: إتحاد إذاعات الدول العربية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 2، 2002، ص 30–32.

وتعاني الصحافة العربية في علاقتها بالسلطة السياسية بشكل عام والدولية منها بشكل خاص من التبعية مع بعض الاستثناءات المؤقتة، فغالباً لا تحترم كفالة حرية التعبير والصحافة التي تنص عليها دساتير معظم الدول العربية وذلك بحجة حماية أمن الدولة أو حسن الجوار. كذلك فإنها تعاني من ارتفاع نسبة الأمية في الوطن العربي، إذ يبقى مستوى الصحافة العربية متواضعاً عموماً، فقد قدرت منظمة اليونسكو عام 1990 عدد اليوميات العربية بـ 130 يومية وسحبها الإجمالي بثمانية ملايين نسخة أي حوالي 38 نسخة لكل 1000 ساكن بينما بلغ في الدول الإسكندنافية أكثر من 500/ 1000 ساكن[1]، إذ فرضت الأنظمة العربية على اختلافها قوانين مطبوعات وتشريعات صحفية على مقاسها، غالباً ما تنص على حرية التعبير ولكنها في الواقع تفرض حصاراً محكماً على هذه الحرية أو تعلقها بموجب قوانين الطوارئ (الدائمة)، كما استطاعت الأنظمة العربية أن تبتكر آليات جديدة لتحقيق سيطرتها الكاملة على الصحافة دون استخدام الآليات التقليدية (الرقابة، المصادرة، والإيقاف..)، إذ حققت هذه الأنظمة حالة ردع مطلق وشامل جعلت المؤسسات الصحفية والعاملين فيها (ذاتياً وطوعياً) يلتزمون بإدارة السلطة وتوجيهاتها وتنعدم بذلك الفروق بين إرادة السلطة وإرادتهم[2].

وتعاني الصحافة العربية الدولية من آلية توليد الخوف، فهي أداة سياسية مميزة في الأنظمة العربية السلطوية. وإذا كان النظام السياسي يعتمد على التخويف، فإن الصحافة تكون الوسيلة الأمثل في نقل الخوف إلى أوساط العوام. وقد عبر الكواكبي عن ذلك بالقول أن (العوام هم قوت المستبد وقوته، بهم عليهم يصول وبهم على غيرهم يطول).

---

(1) فضيل دليو: الاتصال – مفاهيمه – نظرياته – ووسائله، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص101.

(2) هديل فوزي جاسم الداخلي: دراسة تحليلية للمقال الافتتاحي في صحف (الأهرام، الدستور، الإتحاد) من حرب الخليج الثالثة ولغاية تشكيل حكومة عراقية مؤقتة للمدة من 20 آذار 2003 – 28 حزيران 2004م، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2007، ص 52 – 66.

ويترتب على هذا التأثير أن يحدث في أوساط العامة الولاء غير المشروط وتقديس الحاكم وإبطال دور الفرد في المشاركة في الحياة السياسية و الاجتماعية و الثقافية. وقد أظهرت عدد من الدراسات الإعلامية أن الصحافة تتضمن آليات مباشرة و أخرى غير مباشرة في جعل الصحفي يؤدي مهامه وفق سياسة الصحيفة وتوقعاتها بكيفية تصبح التغطية الإعلامية والسياسية من المسلمات التي لا تخضع للشك والتأويل[1].

وينتاب الصحفيون العاملون في الصحافة العربية الدولية أثناء أداء عملهم مشاعر خوف تعود إلى البيئة التي يعمل بها الصحفي والى تحسبه من تقديم الموضوعات إلى الجمهور ويمكننا تفصيل هذا الخوف من خلال النقاط الآتية:

1- الخوف من (الرقيب) سواء أكانت وزارة أو حكومة أو شرطة أو قضاء.. الخ. وهذا الخوف يأتي من خلال أن هذه المؤسسات ليست محكومة دائماً بسلطة القانون وإنما بسلطة القوة. فقد يكون القانون قائماً إلا أنه لا يحكم الواقع. وبالمقارنة مع حال الصحفي في المجتمعات الغربية، فإن الصحفي في المنطقة العربية يعمل في جو (مجهول) تكون في الآليات القانونية (التي تحميه) غير قائمة أو معطلة جزئياً أو انتقائية مما يفقد الصحفي ذلك السند أو الحماية القانونية التي تجعل عمله في منأى عن هاجس الخوف.

2- الخوف من القوانين العقابية المتعددة كقوانين النشر وقوانين الإعلام والتي تسرد بالتفصيل ما يترتب عن التجاوزات من غرامات أو سجن. ولعل هذا الأمر ما حدى بالذين كتبوا الدستور الأمريكي أن يحتاطوا و يضعوا بندا أصبح يعرف بالمادة الأولى المعدلة في الدستور (First Amendment)من أن الكونغرس لا يمكن أن يسن قوانين تحد من حرية الصحافة. وما تزال هذه المادة محل اعتزاز و حماية للصحافة الأمريكية حتى وإن كان الواقع لا يعزز ذلك دائماً.

---

(1) Azzi Abderrahmane, Social Control in the Newsroom: A Case Study, Master Thesis, North Texas State University, 1982 , p.23.

3- الخوف من (تحيز القانون ذاته)، ذلك أن المؤسسة القضائية قلما تكون مستقلة في المنطقة العربية. فالخوف الذي ينتاب الصحفي قد ينتاب المؤسسة القضائية (إن كان لها بعض الاستقلالية) فيشترك الطرفان في الخوف الذي يؤدي إلى إصدار أحكام تبدو في شكلها قانونية بينما تعكس في مضمونها حالة مرضية.

4- الخوف من (المسؤول المباشر): فالمؤسسة الإعلامية في الدول العربية مؤسسة بيروقراطية معقدة يحكمها سلم الهرم الإداري إذ يكون كل (موظف) تحت وصاية أو (إشراف) من هو أعلى منه في المرتبة الوظيفية كأن يكون المحرر تحت إشراف رئيس القسم الذي يكون بدوره تحت إشراف مدير تحرير وهكذا. والحاصل أن العلاقة بين الصحفي والمسؤول المباشر تحكمه اعتبارات خاصة بالمجال الصحفي الذي يحدث فيه الكثير من الحراك و التجاذب والتفاوض و النزاع.

5- الخوف من الجمهور والمحيط الخارجي عامة: فرغم أن (الجمهور) ليس هماً كبيراً في أذهان معظم وسائل الإعلام العربية، إلا أن نمو المجتمع المدني و التنظيمات غير الحكومية والمؤسسات الخاصة التي تسعى إلى تحقيق مكانتها و بناء صورتها وسمعتها أو الحفاظ عليها بالإضافة إلى تطور الوعي الثقافي يشكل ضغطاً على (الاسترخاء) الذي قد يميز العمل الإعلامي في المنطقة العربية.

6- الخوف من (انعدام التضامن) في أوساط الصحفيين الحرفيين أنفسهم، ذلك أن جل الجمعيات الصحفية تفتقر إلى الاستقلالية وكثيرا ما تكون أداء شكلية حساسة للجو الرسمي السائد.

7- الخوف على الوظيفة ذاتها، فالصحفي قد لا يمتلك بدائل كثيرة على النحو الذي قد يحدث في المجتمعات الغربية، فقد تتحول وظيفته إلى "سجن صغير" لا بد منه. فالأمن الوظيفي محدود و تتحكم فيه اعتبارات ذاتية أو مصلحية وليس الكفاءة بالضرورة. وإذا كانت الوظائف و الترقية تقوم على مبدأ الأحقية في المؤسسات الغربية عامة فإنها كثيرا ما تقوم على مبدأ الرداءة وعلاقات الولاء وغيرها في المنطقة العربية.

8- الخوف على (ضياع) الامتيازات، كالترقية والسفر وتكوين العلاقات، مما يؤثر على الطريقة التي يغطي بها الصحفي الأحداث.

ويتجلى خوف القائمين على الصحافة العربية في تناولهم للأحداث اليومية في أشكال عدة هي[1]:

1- تجاهل (الحدث) الذي يمس أو يهز صورة المؤسسة الرسمية حتى وإن كان الحدث ذو أبعاد على مستويات عدة كمثل تجاهل (تظاهرة) وقعت بالفعل إما للتعبير عن تذمر في العلاقة مع قضية محددة أو للتعبير عن تضامن مع قضية خارجية. فمثلاً عندما وقعت أحداث عام 1987 في الجزائر العاصمة وتم خلالها إحراق العشرات من المؤسسات العامة لم تتناولها الصحافة لأيام إلا بعد أن شاعت في وسائل الإعلام الفرنسية وخاصة المسموعة والمرئية.

2- التقليل من شأن الحدث، كالحديث عنه على هامش مواضيع تطرح على أنها أكثر أهمية، وكأن يذكر الموضوع مثلا في صفحة داخلية بدل الصفحة الأولى في الجريدة. فمثلاً ما يكتب على الإنترنت على أنفلونزا الطيور يجعل الموضوع أكثر جدية مما يظهر في وسائل الإعلام العربية الرسمية حتى على مستوى ذكر الحقائق فقط.

3- انتقاء جزئيات الحدث التي تدعم التفسير أحادي الاتجاه للحدث، أي تفصيل الحدث وفق مقاس صانع القرار.

4- تشويه الحدث بوصفه بالعرقلة والمساس بالأمن العام وأحياناً إدخاله في خانة العصيان ومخالفة القوانين والأعراف السائدة.

5- حجب المعلومات عن الحدث واللجوء إلى الصمت وعدم التعليق أملاً في أن تزول السحابة تلقائياً.

---

(1) Culture of Fear, in http://en.wikipedia.org/wiki/Culture_of_fear.

وما تزال الصحافة العربية تعاني من بعض المعوقات على الرغم من الإنجازات التي حققتها ومنها: الاعتماد على استيراد الورق ومواد الطباعة والآلات من الخارج وإن النقص في المراسلين لتغطية الأحداث الخارجية يدفع الصحف إلى الاعتماد كلياً على وكالات الأنباء العالمية فضلاً عن أن عدم توافر دور التوزيع يحول دون انتشار الصحف والمجلات والكتب على نطاق واسع في المناطق النائية والريفية وبين الدول العربية نفسها، لذا فأن عدم تقدم الصحافة العربية في مجالات حرية التعبير وعرض القضايا ومناقشتها لتحقيق إجماع عام بشأنها منوط بوضع سياسات أكثر ليونة وحرية من جانب الحكومات كما يستدعي فهماً أكبر لدور المسؤولية الاجتماعية من جانب الصحفيين[1].

ولقد استطاعت الأنظمة العربية تسخير الصحافة العربية ولكنها لم تنجح تماماً في تسخير القارئ العربي، فأرقام توزيع الصحف العربية أدنى من الحد الأدنى الذي حددته اليونسكو وهي من أكثر الأرقام انخفاضاً في العالم، وبالكاد تجرؤ مؤسسة صحفية أو وزارة إعلام عربية على الكشف عن الأرقام الحقيقية لتوزيع الصحف، وعلى الرغم من توسع الكادر الصحفي (كمياً) لكن مستوى الكفاءة والتأهيل والاختصاص لم يتطور بشكل مواكب لدرجة تعقيد وتشابك الأحداث والتطورات أو لدرجة ازدياد مستوى التعليم والثقافة في أوساط الجمهور وبذلك عجز هذا الكادر عن تقديم نتاج صحفي حيوي ومتطور وجذاب، فمع ترسخ تقاليد الإعلام السلطوي (إعلام الانفعال والضجيج) هيمنت على الساحة الصحفية نماذج من الصحفيين الذين لم يعد يهمهم الإبداع الصحفي بل تركزت جهودهم على إرضاء السلطة وتمجيدها[2]، فالصحافة العربية محدودة القوة إن لم تكن عاجزة تماماً كما هي أنظمتها عن التفاعل مع المستقبل، كما إنها ستكون عاجزة عن توجيه أي قدر من التفاعل يمكن أن يتحقق

---

(1) عصام سليمان الموسى: المدخل في الاتصال الجماهيري، مصدر سابق، ص 248.

(2) أديب خضور: الإعلام العربي على أبواب القرن، مصدر سابق، ص44-45.

لصالحها.. إذ أوجدت أنظمة التبعية الشروط كافة لتكون صحافتها تابعة ومنفعلة وليست فاعلة ومثلما أحجمت الأنظمة العربية عن أجراء مراجعة جدية نقدية بعد هزيمة 1967 ترفض الصحافة العربية وبالمنطق نفسه الإقدام على عملية مراجعة نقدية للحالة التي وصلت إليها فضلاً عن أن بعض الأنظمة العربية (التي تدرك عزلة صحافتها) تندفع باتجاه إصدار صحف في الخارج وتبقي صحفها المحلية على وضعها الراهن، إذ ترفع الصحافة العربية عموماً صوتاً مدوياً مؤكداً إنها لا تعاني من أية أزمة وان الحياة أثبتت صحة نهجها وممارستها وتوحي بان الخلل لا يكمن فيها بل بالشعب والظروف، متجاهلة إن مشكلة الصحافة العربية تحلها السياسة وليس التكنولوجيا[1].

ومن الجدير بالذكر إن تقدماً قد حصل في مجال التغطية الإخبارية وتنوع المضمون الفكري للمواد غير الإخبارية وفي مجال تبويب الصحف وإخراجها وفي مجمل الفن الصحفي المستخدم فيها وربما في حالات نادرة جداً في أرقام توزيعها[2]، ومن الأنصاف التأكيد إن معظم الدول العربية قد شهدت أثناء العقدين الأخيرين من القرن العشرين قفزة واضحة في مجال العمل الإعلامي بالرغم من بعض الصعوبات والمشكلات، فالصحافة العربية تقدمت في جوانب كثيرة سواء من حيث التحرير أو استخدام التقنيات المتقدمة في الطباعة أو ازدياد توزيعها وأصبح لها حضور في الحياة الثقافية ومجالات الحياة اليومية الأخرى[3]، فقد تبلورت ملامح الإعلام العربي بصورة أفضل في الربع الأخير من القرن العشرين وذلك عن طريق تحديث أساليب العمل ومراكمة الخبرات الإعلامية والصحفية لمعظم الدول العربية، إذ أضاءت التجارب الإعلامية جوانب مهمة في الحياة الداخلية للإنسان العربي من خلال تلقيه المعارف والمعلومات عبر وسائل الإعلام، فأصبحت معظم الدول العربية تفاخر بصحافتها

---

(1) أديب خضور: الإعلام العربي على أبواب القرن، مصدر سابق، ص 117-118.

(2) المصدر نفسه، ص109.

(3) ياس خضير البياتي: الإعلام الدولي والعربي، مصدر سابق، ص 244.

وإعلامها لما راكمته من خبرة وتطور. وقد انعكس الواقع السياسي الذي تعيشه الدول العربية على ملكية الصحف وأدائها في تقديم الأخبار، إذ إن اختلاف النظم العربية السياسية من جمهورية إلى ملكية قد نجم عنه نوعين من الصحافة، فهناك الصحافة الرسمية التي تصدر في بعض الدول عن المؤسسات العامة أو الحزبية وهناك الصحافة الخاصة التي تعود ملكيتها إلى القطاع الخاص الذي يتولى أصدراها وتوزيعها ضمن أطر قوانين الرقابة والمطبوعات والنشر، وبسبب ارتباط الصحف العربية الخاصة بالحكومات عن طريق القوانين والأنظمة فان الحرية المتاحة للتعبير عن الرأي تتفاوت من قطر إلى آخر[1].

ومن أهم الخصائص التي تتصف بها الصحافة العربية الدولية وجود ارتباط قوي بين السياسة والصحافة في كل دولة عربية، إذ يعزى ذلك إلى خطورة الوظيفة السياسية التي تؤديها الصحافة العربية، إذ باتت الصحف العربية ومنها الصحف العربية الدولية وسيلة لتحقيق أهداف صانعي القرار السياسي وبالتالي فان هوية تلك الصحف إنما تعكس مواقف النخبة الحاكمة وقراراتها[2]، كما إن أبرز الاتجاهات العامة لسياسات الصحافة العربية الدولية تتمثل في: تحمل الحكومات مسؤولية كبيرة في قطاع الإعلام بصورة عامة والصحافة بشكل خاص انطلاقاً من أنها – المؤسسة الوحيدة القادرة على إنشاء وتشغيل مرافق الاتصال وكذا الحال بالنسبة للملكية الخاصة فان سيطرة الحكومة لا تكون بعيدة إلا في حالات محدودة جداً، في حين تسود المركزية ممارسات الصحف في الدول العربية سواء بالنسبة للتوزيع الجغرافي أو الإداري والاهتمام الزائد كذلك بالنشاط السياسي والدعائي الموجه والترفيهي على حساب وظائف الإعلام الأخرى فضلاً عن الاعتماد على المنتجات الإعلامية الخارجية لسد النقص في الإنتاج

---

(1) عصام سليمان الموسى: مصدر سابق، ص 246.

(2) محمد مصالحة: دراسات في الإعلام العربي، السلسلة الإعلامية، العدد 3، (بغداد: مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج العربي، 1984)، ص 124.

المحلي ولا ينطبق هذا على التلفاز وحده بل يمتد إلى الصحافة ووكالات الأنباء والسينما[1]، بينما توضح د. عواطف عبد الرحمن ميزات النظام الإعلامي العربي ومنها: سيادة نمط الملكية الحكومية لجميع وسائل الإعلام المرئي والمسموع إلا إن الخريطة الصحفية في العالم العربي لا تخلو من بعض الصحف المستقلة والصحف الحزبية العديدة التي تعتمد في تمويلها على الموارد الفردية والحزبية مثل: لبنان ومصر وتونس والإمارات العربية..، أما فيما يتعلق بالقوانين المنظمة للعمل الإعلامي فالحكومات العربية تحتكر الحق في منح التراخيص للمؤسسات الإعلامية كالصحف ومؤسسات الطباعة والنشر مما يضع تحت يدها سلطات كبيرة تتمثل في تعيين رؤساء المؤسسات الإعلامية ورسم السياسات الإعلامية وتحديد الميزانيات، وجميع أنظمة الدول العربية السياسية (بغض النظر عن أنظمتها وقوانينها الإعلامية) تفرض السرية على كثير من المعلومات سواء التي تتعلق بالأمن القومي أو الخاصة بالمصالح العليا للدولة أو المحاكمات أو المعلومات التي تمس الحياة الخاصة للمواطنين وكل ما يتعلق بالاقتصاد الوطني والمنظومة القيمة والأخلاقية السائدة في الوطن العربي كما تركز السياسات الإعلامية العربية على الجوانب السياسية والدعائية وتتحرك في دائرة الحكام وتسليط الأضواء على أنشطتهم وخطبهم السياسية وتنقلاتهم مما أدى إلى إهمال الوظائف الأخرى للإعلام العربي وعلى الأخص التثقيف، فيما يغلب الطابع الدعائي الإقناعي الانفعالي التقليدي على أسلوب الخطاب الصحفي فضلاً عن استمرار أنماط الكتابة الصحفية التي تميل إلى الإثارة والمبالغة والمعالجة الجزئية السطحية للقضايا والأحداث في الوقت الذي تشهد فيه الصحافة نقلة عالمية بحيث أصبحت تعتمد على المعلومات والتحليل والاستقصاءات والحوارات الموسعة، وشهدت مرحلة ما بعد الاستقلال كذلك سقوط النظام الإعلامي العربي في أسر التبعية الإعلامية للغرب والتي شملت مصادر الأخبار وتكنولوجيا الاتصال المطبوع أو تكنولوجيا الأقمار الصناعية والحواسيب وبنوك المعلومات فضلاً عن سيادة المركزية

---

(1) جبار عودة العبيدي وهادي حسن عليوي: مدخل في سياسة الإعلام العربي والاتصال، ط1، صنعاء: مكتبة الجيل الجديد، 1993، ص 34-36.

في الأنشطة الإعلامية في الوطن العربي، إذ يتركز الإنتاج الإعلامي في العواصم فقط مما أدى إلى حرمان وعزلة سكان الريف الذين يشكلون 80٪ من سكان الوطن العربي، واحتكار الحكومات لصناعة الإعلام والمعلومات في الوطن العربي أيضاً أدت إلى إعاقة نمو تكنولوجيا اتصالية ومعلوماتية قادرة على تلبية الحاجات الإعلامية للجماهير العربية وحرمان المواطن العربي من حقوقه في المعرفة والاتصال وفقدان الإعلام العربي للمصداقية مما أعطى ميزة تنافسية كبرى لوسائل الإعلام الغربية التي احتكرت الساحة بوكالاتها وأقمارها الصناعية وأجهزة الكومبيوتر في ظل غياب أية مواجهة جماعية جادة من جانب الإعلام العربي مما خلق تأثيرات سلبية في الأداء المهني للإعلاميين والصحفيين العرب الذين استسلموا للقيود الحكومية إذ أصبحوا أسرى لما يعرف بالرقابة الذاتية[1]، فالسمة البارزة للإعلام العربي الراهن هي تبعيته للأنظمة العربية السائدة، إذ إن الاستثناءات في هذا المجال تعد حالات محدودة وهشة جداً ومعظمها مخترق من الداخل بمعنى إن الأنظمة هي التي أوجدتها أو تساعدها وبالتالي توجهها وترسم مساراتها وسياساتها[2].

ويمكن إيجاز أهم السمات العامة للصحافة العربية الدولية بما يأتي:

1- تنوع أشكال الملكية للصحافة العربية من ملكية عامة للصحف وملكية خاصة وملكية مختلطة ولكنها تختلف من دولة إلى أخرى، إذ توجد في الدول العربية ملكية عامة للصحف التي تسيطر عليها الدولة أو الحزب الحاكم كسوريا وليبيا وملكية خاصة في بعضها الآخر كلبنان والأردن والسعودية والأمارات وملكية مختلطة كما هو الحال في مصر.

2- تتميز الصحافة العربية عموماً بتبعيتها (شبه المطلقة أحياناً) للأنظمة العربية بغض

(1) عواطف عبد الرحمن: الإعلام العربي وقضايا العولمة، ط1 (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1999)، ص59-63.

(2) أديب خضور: الإعلام العربي على أبواب القرن، مصدر سابق، ص42.

النظر عن شكل الملكية المتبعة، إذ لا يقلل من هذه الحقيقة تمتع الصحف في بعض الأوقات وفي بعض الدول بقدر من الاستقلالية والحرية (التعددية السياسية) كما لا يلغي هذه الحقيقة استثناءات هشة ومؤقتة وبعضها مخترق.

3- إن المهمة الرئيسة للصحافة العربية تتلخص في خدمة الأنظمة العربية وحتى الصحف العربية الحزبية أو الخاصة فأنها تعمل ضمن الإطار العام للنظام السائد.

4- ترى الأنظمة العربية إن الصحافة مجرد جهاز تابع لها وان وظيفته الأساسية تتمثل في تعبئة الجماهير وتجنيده للالتفاف حول النظام ودعمه.

5- ارتفاع مستوى القاعدة التقنية (طباعة، تنضيد، تصوير) للصحافة العربية لاسيما الصحف التي تعود ملكيتها إلى الدولة.

6- تمتع الصحافة العربية بقدر من القوة المادية مكّنها من الاستمرارية، فمصدر هذه القوة هو الدولة التي تمتلك الصحف سواء كانت بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

7- اقتراب الصحف العربية أكثر من مفهوم الصحيفة العصرية، إذ "ازداد الطابع الإخباري لهذه الصحف، وأزداد عدد صفحاتها، وتم تنظيم عمل التحرير فيها بطريقة أكثر عصرية. ظهرت الأقسام المختلفة في التحرير وتحقق قدر من الاختصاص في النشاط الصحفي كما تطورت أساليب الإخراج والتحرير.

8- شهد الملاك الصحفي تطوراً كمياً ونوعياً لافتاً.

9- ظهر مفهوم المنظومة الصحفية العامة المتكاملة التي تضم عدداً من المنظومات الصحفية الفرعية على أساس المكان (الصحافة المحلية) أو الموضوع أو الجمهور المستهدف أو المستوى (الصحافة المتخصصة أو العامة) أو الدورية (يومية، أسبوعية، شهرية،...)

10- ظهرت القوة الاقتصادية للإعلان الرسمي والخاص في الصحافة العربية وتحول إلى مصدر رئيس للدخل.

11- عجزت الصحافة العربية من أن تصبح صحافة جماهيرية وبقيت إلى حد كبير

صحافة نخبوية، تتوجه أساساً إلى النخبة المتمركزة في العاصمة والمدن الكبرى، فلم تتحول قراءة الصحف إلى عادة يومية وبقيت أرقام توزيع الصحافة المركزية دون الحد الأدنى الذي حددته اليونسكو.

12- تنوع التشريعات الصحفية في الدول العربية إلا إن الأساس الذي تقوم عليه جميعها هو وضع الصحافة في خدمة النظام، ناهيك عن تطور الرقابة الذاتية التي أصبح يمارسها الصحفي لتبقى الصحافة ضمن الحدود المرسومة لها، لذلك فأن أبرز ملامح الخطاب الصحفي العربي نهاية القرن العشرين هو: القطرية التي قد تصل إلى الطائفية والعشائرية، إذ يتميز الخطاب الصحفي بقطريته، فهو خطاب منهمك في خدمة المصالح الآنية والجزئية للأنظمة وغالباً ما يفتقر إلى البعد القومي (يكرس التجزئة) ويفتقر أيضاً إلى المدى الإنساني (ينعزل عن العصر) وكذلك التبعية للسلطة مما أدى إلى وجود نص أحادي الرؤية والاتجاه بالرغم من اختلاف المضمون الاجتماعي والأيديولوجي من نظام إلى آخر.. فأبتعد الخطاب الصحفي العربي عن الواقع وانهمك في تكوين وعي زائف.. فضلاً عن العزلة الجماهيرية، إذ إن صحافة معظم الأنظمة العربية لا تضع الجمهور المتلقي على قائمة اهتماماتها وتنظر إليه كمستهلك وليس كمشارك، فهي معنية بإرضاء السلطة وليس بالاستجابة لحاجات الجمهور[1].

---

(1) هديل فوزي جاسم الداخلي: مصدر سابق، ص 58 – 59.

واقع الصحافة الالكترونية العربية

على الرغم من أن الصحافة الالكترونية عرفت في منتصف عام 1970، عن طريق استخدام تقنية (الفديوتكست) إلا أن هذا المجال لم يلقَّ الاهتمام المطلوب من الباحثين إلا بحلول عام 1980، وجاء ظهور الصحافة الالكترونية في شكلها الحديث استجابة للتغيرات التي شهدتها بيئة الاتصال الجماهيري بظهور شبكة الانترنت التي عرفت في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1969، وبما ترتب على هذه الشبكة من استخدامات إعلامية ضخمة أثرت في معطيات الوسائل التقليدية وبخاصة الصحافة المطبوعة مهنياً واقتصادياً خاصة بعد أن استطاعت شبكة الانترنت في فترات ازدهارها التي بدأت في النصف الثاني من العقد الماضي، أن تؤسس لنفسها قاعدة كبيرة من جماهير الجيل الجديد[1]. وعندما نتحدث عن البدايات الأولى للصحافة الالكترونية في الوطن العربي والعالم لابد لنا من ذكر نظرية (الموجات الثلاث) التي جاء بها الباحث الأمريكي الفين توفلر، إذ تذهب هذه النظرية إلى افتراض مرور العالم بثلاث موجات من الثورات التقنية ظهرت الموجة الأولى بين الأعوام (1982–1992)، مع ظهور تجارب أولية للنشر

---

(1) د. ليلى عبد المجيد و محمود علم الدين: فن التحرير الصحفي للوسائل المطبوعة والالكترونية، القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2008، ص 349.

الالكتروني الشبكي من نوع الفيديو تكس، أما الموجة الثانية التي ظهرت بين الأعوام (1993-2001) فهي التي رافقت ظهور شبكة الويب بإمكانياتها المختلفة وتوسع استخدام الوسائط المتعددة فيها والبريد الالكتروني، فيما جعلت الموجة الثالثة التي ظهرت بين الأعوام (2001 حتى الوقت الحاضر) تقنية المعلومات بؤرة حيوية ترتكز فيها أغلب التغيرات الحاسمة، إذ أحدثت تقنية المعلومات تغييراً جوهرياً في طبيعة الآليات المعرفية التي يمارسها الإنسان المعاصر، بعد أن منحته فرصة جمع كم هائل من البيانات في بيئة رقمية توفر له تحليلها إلى عناصرها الأولية، وإعادة تشكيل مادتها بالطريقة التي يريد مع فرصة زج الوسائط المتعددة[1].

وقد ظهرت الصحافة الالكترونية في العالم بنشر الصحف المطبوعة على شبكة الانترنت بداية عام 1992، عندما نشرت صحيفة شيكاغو تريبيون طبعتها على شبكة الانترنت مع نسختها التي سميت شيكاغو اون لاين. ولم يزد هذا الظهور عن توفير منفذ من منافذ توزيع الخدمة الصحفية وتوصيلها إلى مستخدمي الحواسيب في المنازل والمؤسسات المختلفة ويعتبر ما هو منشور على هذه المواقع نسخة الكترونية من الصحيفة الأصلية تحمل محتواها ولا تزيد عن كونها منفذاً للتوزيع، أو وسيلة للإعلان عن الصحيفة المطبوعة. ولذلك كان الانتقال إلى شكل آخر من أشكال العملية الصحفية وهو تصميم مواقع خاصة على شبكة الانترنت تقدم الخدمة الصحفية لمستخدمي الشبكة بما يتفق مع خصائص استخدام الشبكة والتعامل معها وهو صحافة الشبكات أو ما أتفق على تسميته بالصحافة الالكترونية. ويفضل الباحثون تسميتها بصحافة الشبكات تمييزاً لها عن الصحافة الالكترونية التي تقدم الخدمة الصحفية من خلال التلفزيون مثلاً ويطلق عليها الصحافة التلفزيونية[2]. وكانت صحيفة الواشنطن

---

(1) حسن مظفر الزرو (وآخرون): ثورة الصورة - المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2008، ص127.

(2) د. فؤادة عبد المنعم البكري: الإعلام الدولي، القاهرة، عالم الكتب، 2011، ص 184 - 185.

بوست الأمريكية أول من قام بإطلاق موقع إخباري الكتروني عام 1994، ولقد كلف تنفيذه آنذاك عشرات من ملايين الدولارات قامت خلاله الصحيفة بنشر العديد من موضوعاتها من خلال شبكة الانترنت مقابل بدل شهري لا يتجاوز عشرة دولارات للفرد ويتضمن نشرة تعدها الصحيفة ويعاد تحديثها فورياً في كل مرة تتغير فيها الأحداث مع وجود مراجع وثائقية وتاريخية وإعلانات ولقد أطلق على هذا النوع من النشر مصطلح (الحبر الرقمي) وكانت هذه هي بداية ظهور الصحف الالكترونية التي كانت الشرارة الأولى لظهور الإعلام متعدد الوسائط عن طريق الربط بين تقنيات الكومبيوتر وبين تقنيات المعلومات وهو ما ترتب عليه التنامي الواسع للشبكة واتساع حجم المستخدمين[1].

ومع تطور المعلومات وتزايد مكانة الانترنت في عالم الاتصال بدأت دور النشر والمؤسسات الصحفية تسعى لتدشن لنفسها مواقع غير تقليدية في الصدور والانتشار على الانترنت، حدودها الفضاء الرحب لا البقعة الجغرافية المحدودة. فمثلما حدث على المستوى العالمي من ولادة مواقع إخبارية إلكترونية، تمخضت المنطقة العربية عدة مواقع إخبارية الكترونية بعضها تصنع الخبر وتلك تكتفي بإعادة تصديره بعد التقاطه من الوكالات وشبكات التليفزيون والإذاعة، وأخرى تقوم بدور مكمل للدور الرئيسي للمحطات المتلفزة والجرائد المطبوعة وتلك التي تستقل بذاتها كلياً، أي التي لا تصدر إلا على الانترنت ولا يوجد لها امتداد أو أصل في الصحافة التقليدية. فمنذ منتصف التسعينات بدأت الصحف العربية تقتفي هذا الطريق، ففي 9 أيلول 1995 توافرت الصحيفة اليومية العربية الالكترونية لأول مرة عبر شبكة الانترنت، وهي صحيفة الشرق الأوسط على شكل صور. وكانت الصحيفة العربية الثانية التي توافرت على الانترنت هي صحيفة النهار اللبنانية التي أصدرت طبعة الكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداءاً من الأول من فبراير 1996 ثم تلتها جريدة الحياة والتي صدرت في

---

(1) د. ليلى عبد المجيد و د. محمود علم الدين: مصدر سابق، ص 350.

الأول من يونيو عام 1996 وجريدة السفير في نهاية العام نفسه[1]. وانضمت الصحافة المصرية بعد ذلك إلى الركب في 16 شباط عام 1997 حينما وضعت مؤسسة دار التحرير للطباعة والنشر نسخاً الكترونية من صحف الجمهورية والمساء والجازيت ومصر اليوم تلتها جريدة الشعب حيث صدرت نسختها الالكترونية منذ أول أكتوبر، ثم مؤسسة الأهرام التي بدأت بصحف الأهرام ويكلي في تموز 1998، ومجلة السياسة الدولية مترجمة إلى اللغة الانجليزية ثم النسخة الالكترونية لجريدة الأهرام الصباحية التي بدأت في 5 أيلول 1998 [2].

ولو حاولنا وضع تعريف محدد للصحافة الالكترونية فيمكننا القول أنها نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الالكتروني الانترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى تستخدم فيه فنون واليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الالكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الالكتروني بسرعة[3]. وقد تزايد في السنوات الأخيرة التواجد الإعلامي العربي على الشبكة المعلوماتية، فالعديد من الصحف العربية سواء كانت حكومية أو معارضة أصبح لها مواقع على شبكة الانترنت، بل ظهرت صحف الكترونية على الانترنت ويتم تحديثها على مدار الساعة دون وجود نسخ مطبوعة منها. إلا أن ضعف عائدات السوق هي من ابرز التحديات التي تواجه الصحافة العربية على شبكة الانترنت، سواء من القراء أو المعلنين، كما أن عدم وجود صحفيين مؤهلين لإدارة تحرير الطبعات الإلكترونية، إضافة إلى عدم وضوح مستقبل النشر عبر الانترنت

---

(1) د.السيد بخيت: الصحافة والانترنت: القاهرة، العربي للنشر والتوزيع،2000، ص 6 – 8.

(2) د.محمد سيد محمد: مصدر سابق، ص 214 –215.

(3) زيد منير سليمان: الصحافة الالكترونية، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 11.

في ظل عدم وجود قاعدة مستخدمين جماهيرية واسعة. إلا أن أهمية الصحف الالكترونية العربية عبر الانترنت تبقى أساسية رغم المعوقات لاكتساب الخبرة، وتحجيم المنافسة الخارجية، وتفعيل خاصية التفاعل مع القراء التي تعد أهم مميزات خدمات شبكة الانترنت[1].

ويأتي تزايد انتشار الصحف العربية الالكترونية في وقت تواجه فيه الصحافة المطبوعة عدة تحديات منها: ارتفاع تكلفة إصدار الصحف، قلة عوائد التوزيع، تراجع الدخل الإعلامي، وجود جيل قديم تشبع بآليات صحفية سابقة أصبح من المحتم والضروري تطويرها. لكن على الرغم من التزايد في انتشار الصحف العربية الالكترونية إلا أن منطقة الوطن العربي لم تحظ بالسعة التي تجعل من الصحافة الإلكترونية ظاهرة ملموسة ومؤثرة، حتى مع وجود العديد من المواقع الإلكترونية الصحفية أو الشاملة مثل (اربيا اون لاين)، (بلانيت اربيا)، (مكتوب)، (اين)، (محيط)... ومواقع شاملة متخصصة أخرى[2]. ويعود ذلك أساساً إلى سوء البنية التحتية للاتصالات في اغلب الدول العربية، وبطء عملية التنمية وسوء الإدارة التقنية بشكل عام. لكن ذلك لا يلغي حقيقة وجود صحافة الكترونية عربية الآن بنمطيتها، حيث أسست معظم الصحف العربية اليومية والأسبوعية مواقع لها على الشبكة، وفيها مواقع ذات أهمية معلوماتية شاملة مثل مواقع الصحف (البيان، الأهرام، الحياة، الاتحاد، النهار)[3]. وأيضًا يوجد العديد من الصحف اللاورقية (الصحف الالكترونية البحتة) أي التي ليس لها طبعات ورقية مثل (جريدة المراسل، جريدة إيلاف، مجلة بص وطل، جريدة مصر للمعلومات، جريدة العرب الالكترونية، صحيفة العصر الالكترونية وصحيفة

(1) زيد منير سليمان: مصدر سابق، ص 27.

(2) اسامة محمود شريف: مصدر سابق، ص14.

(3) نوح عز الدين عبد الرزاق: تدفق الأخبار والمواد الإخبارية عبر الصحافة العربية – دراسة تحليلية للصحف ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، جامعة بغداد ، 2004 ، ص 193.

شباب أونلاين) وغيرها من الصحف[1]. ومن الجدير بالذكر أن أول جريدة إلكترونية عربية مصرية تم إعداد مادتها خصيصا للنشر الالكتروني هي:(المراسل) وقد بدأت في الصدور أسبوعياً منذ 12 أيلول 1997[2]. أما في العراق فقد تأخر ظهور الصحف الالكترونية ولم تظهر إلا بعد عام 2003 وذلك لتأخر دخول خدمة الانترنت فيه فقد تم تشغيل خدمة شبكة الانترنت لأولّ مرّة في 19/ 1/ 1999 في بعض المؤسسات الحكوميّة؛ ثم تأسست الشركة العامة لخدمات الشبكة الدولية للمعلومات في 22/ 1/ 2000 كأولّ مجهِّزٍ لخدمة الإنترنت في العراق مرتبطة بوزارة النقل والمواصلات، وفي 27/ 7/ 2000 تم افتتاح أول خدمة عامّة لشبكة الإنترنت للمواطنين. أمّا أهم المراكز التي قدَّمت أول الخدمات العامة للمواطنين في بغداد فكانت[3] :

- مركز(1) شارع السعدون.
- مركز(2)السكَك.
- مركز(3) حي العدل.
- مركز(4) نقابة المهندسين.
- مركز(8) الجامعة التكنولوجية.
- مركز(11) القُشْلَة.
- مركز(12) باب المُعَظَّم.
- مركز(22) نادي الصيد.
- مركز(23) فندق الرشيد.

---

(1) وليد عبد الفتاح النجار: دور الصحافة المصرية الالكترونية في التثقيف السياسي للمراهقين: دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة،جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2007، ص 815.

(2) د.محمد سيد محمد،مصدر سابق، ص 214 -215.

(3) عبد الحكيم طارش سيف: استخدامات الانترنت في وسائل الإعلام العراقية، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2002، ص 111- 112.

- مركز(24) فندق فلسطين الدولي.
- مركز(26) معرض بغداد الدولي.
- مركز(27) نادي العلويّة.
- مركز(28) الصالحيّة.

لقد اعتمدت أغلب الصحف الورقية على التقنيات الحديثة في تجاوز المشكلات التي كانت تعتبر من مشاكل التوزيع والرقابة، وذلك من خلال إنشاء وتصميم مواقع لها على شبكة الانترنت أضيف إلى ذلك استخدام النشر الالكتروني في مجال الإعلام وبخاصة في الصحافة الالكترونية، وهذا ما فتح الباب أمام معرفة الأساليب والطرق المتنوعة في الإخراج الفني للمواقع الصحفية العربية التي تعنى بمجال الصحافة الالكترونية ليكون لها البعد في التنوع والمنافسة في ما بينها إلى جانب وسائل الإعلام الأخرى[1].وتعتمد هذه الصحف في بثها للمادة الصحفية على تقنيات عدة متفاوتة ومختلفة، ولكن أيا من هذه التقنيات المستخدمة لم يرفع بالصحافة العربية إلى مستوى الصحيفة الالكترونية المتكاملة على الرغم من توافر عدد من أنظمة البحث والاسترجاع المتوافقة مع اللغة العربية[2].

أما مضمون الصحف الإلكترونية العربية فتشير بعض الدراسات التي أجريت على تلك الصحف إلى المضامين الآتية[3] :

1- تركز مواقع الصحف الالكترونية العربية على شبكة الانترنت على المضامين الإعلامية الجادة (السياسية والاقتصادية والعسكرية) على حساب المضامين الإعلامية الخفيفة

---

(1) جمال الزرن: تساؤلات عن الإعلام الجديد والانترنت في كتاب العرب وثورة المعلومات، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية،2005، ص 111-112.

(2) السيد بخيت: مصدر سابق، ص 8.

(3) د. حسني محمد نصر : الانترنت والإعلام – الصحافة الالكترونية ، الكويت ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2003 ، ص 168- 169.

مثل (الرياضة والفن والحوادث والتسلية). وتحرص هذه المواقع على إعطاء أولوية للأخبار والموضوعات السياسية في المقام الأول تليها الأخبار والموضوعات الاقتصادية ثم الموضوعات الاجتماعية. ويتفق هذا الاهتمام مع طبيعة الصحف العربية الورقية التي يغلب عليها الطابع السياسي كما يتفق مع السياسات التحريرية لهذه الصحف وطبيعة هذه المواقع باعتبارها امتداد للصحيفة المطبوعة وانعكاس لها.

2- تغلب الطبيعة المحلية على المضامين الخبرية المعروضة على موقع الصحف الالكترونية العربية. وفي هذا الإطار تحرص الصحف الالكترونية العربية على تأكيد الطابع القطري لها والتركيز على الأحداث المحلية التي تقع داخل الدولة التي تصدر منها، وذلك على اعتبار أنها توجه إلى القارئ القطري في الخارج بصفة أساسية بالإضافة إلى القراء العرب الذين لا يحصلون على أخبار الدولة بشكل كافي من وسائل الإعلام التقليدية ومواقع الصحف العربية والأجنبية الأخرى. وعلى هذا الأساس تتميز مواقع الصحف العربية على شبكة الانترنت بأنها ذات طبيعة محلية و لا تولي الشؤون الدولية اهتماماً كبيرا وتكاد تقصر المضامين الدولية التي تضعها على مواقعها على الأخبار الخفيفة والطريفة وبعض الأخبار العلمية والإنسانية.

3- يتضاءل إلى حد كبير اهتمام مواقع الصحف العربية على الانترنت بمضامين التسلية والخدمات، حيث تكاد تختفي من هذه المواقع مضامين التسلية مثل أبواب الحظ والكلمات المتقاطعة وغيرها.

وتتميز الصحافة الالكترونية في الوطن العربي بأنها تحمل سلبيات وايجابيات ومن سلبيات الصحافة الالكترونية في الوطن العربي نجد ما يأتي[1]:

1- الحاجة للسرعة في الأخبار الالكترونية تجعل السرعة سلاح ذو حدين، قد تحمل المؤسسة الصحفية إلى النجاح وقد تدفعها إلى الفشل والخسارة.

2- عدم خضوعها للرقابة.

---

(1) زيد منير سليمان: الصحافة الالكترونية، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 20.

3- عدم القدرة على التأكد من صحة المعلومات.

4- كسر بعض المحرمات والقيم الاجتماعية وزيادة إمكانية التزوير.

5- تدخل الصحافة الالكترونية في إنشاء الجيل الجديد.

6- عدم توفر الإمكانيات التقنية في بعض الدول النامية.

7- أثرت الصحافة الالكترونية سلباً على الحياة الأسرية والاجتماعية.

8- مؤسسات الصحافة الالكترونية عملت على تناقص في عدد المواد البشرية في المؤسسة الإعلامية.

أما ايجابيات الصحافة الالكترونية في الوطن العربي فتتمثل في دور هذا النوع من الصحافة في تعزيز الديمقراطية عن طريق ما يأتي[1]:

1- إمكانية التواصل المباشر بين القارئ والكاتب وإمكانية قبول التعليق والنقد والتعديل بين الطرفين، يعطي مساحة أكبر للقارئ في المشاركة في صنع القرار.

2- إعطاء المساحة الأكبر للشباب والشابات بإبداء آرائهم سواء بالتعليق أو النقد أو الكتابة، مهما كثر عددهم دون التقيد بالنوع والكم من الكتابة، وعدم اقتصار هذه الفئة على نوع معين من القراء والكتاب.

3- خلق المجتمعات المتجانسة عمل على خلق ديمقراطية متجانسة محلية عربية ودولية بأقل تكاليف وأسرع وقت.

4- احتواء المواقع الالكترونية الخبرية على استطلاعات للرأي واستفتاءات بشكل مستمر، تمكن المواطن مهما اختلف مستواه التعليمي والثقافي من متابعة وتفسير الأحداث اليومية.

والواقع يقر أن الصحافة الالكترونية العربية على الشبكة هي بداية مشروع في أطواره الأولى بالتواجد في الشبكة،ولا يمكن للصحافة العربية الموجودة على شبكة

---

(1) زيد منير سليمان: مصدر سابق، ص 20.

الانترنت أن تزدهر ما لم تحقق أبسط الشروط التي تكفل انتشار الإنترنت للحد الذي يجعل الدور الصحفية يأملون بسوق واعد، غير أن الوضع الراهن يعكس صعوبة للوصول إلى أهم متطلبات الاتصال بالشبكة التي تتلخص في خط هاتف وجهاز حاسوب، وهي مؤشر على ضعف تبني التقنية في المجتمعات العربية لعدد من الأسباب أهمها ضعف البنية الأساسية لشبكة الاتصالات وارتفاع نسبة الأمية التقنية بالإضافة إلى تواضع دخل الفرد العربي هذا من جهة[1]. ومن جهة ثانية لا يمكن أن يكون هذا هو حال مواقع الصحف العربية وننتظر ازدياد أعداد المستخدمين العرب لكي تبدأ الدور الصحفية من حصد الأرباح من النشر الالكتروني، فقد لا يرغب المستخدمون قراءة الصحف الالكترونية بشكلها الحالي، وهنا تتضح ضرورة تحول الصحف الالكترونية إلى بوابات إعلامية خدماتية شاملة مهيأة للتنافس في العالم الافتراضي تتمتع بحرية في طرح القضايا بعيداً عن القيود البيروقراطية والرقابة التقليدية بشتى أنواعها وليس معنى هذا عدم مراعاة ثوابتنا الدينية والوطنية. ومن جهة ثالثة منافسة مصادر الأخبار من خارج المؤسسات الإعلامية الذين أسسوا مواقع إخبارية مجانية وبوابات أخرى. وما يميز هذه المواقع أن خدماتها لا تنحصر في تقديم آخر الأنباء وعلى مدار الساعة بل تقديم منتديات نقاشية ساخنة وأقسام للتسويق الالكتروني.كما أن هناك عددا من البوابات تعاقد مع كبريات الصحف والمجلات العربية والأجنبية لشراء مقالات ومواضيع لإعادة نشرها إضافة إلى اعتمادها على وكالات الأنباء المعروفة وشبكة المراسلين الخاصة بها[2].

---

(1) فايز بن عبد الله الشهري: واقع مستقبل الصحف اليومية على شبكة الانترنت – دراسة مسحية شاملة على رؤساء تحرير الصحف السعودية ذات الطبعات الالكترونية، بحث مقدم لندوة الإعلام السعودي: سمات الواقع واتجاهات المستقبل، الرياض، جامعة الملك سعود، 2003، ص 13-15.

(2) د. محمد سيد محمد: مصدر سابق، ص 228.

ويمكن تقسيم الصحف الالكترونية العربية إلى أربعة أنواع وفقاً للغة الانترنت المستخدمة كما يأتي[1] :

1- الصحف التي تستخدم نمط الصورة (النص المحمول): حيث يقتصر الأمر في بعض الصحف خاصة التي تقدم مادتها بنمط الصورة على مجموعة من الخدمات الإخبارية منقولة عن الصحيفة الورقية مثل أهم أخبار الصفحة الأولى وأهم الأخبار المحلية وأهم الأخبار العالمية بالإضافة إلى بعض الأخبار الرياضية والفنية والاقتصادية. وبالتالي فان الصحيفة الالكترونية لا تتضمن كل المادة التي تحتويها الصحيفة الورقية رغم أن الخروج إلى الانترنت يتيح للصحف الالكترونية أن تنشر على الشبكة كل المواد المنشورة في الصحيفة الورقية بل والإضافة إليها أيضاً.

2- الصحف التي تستخدم لغة (النص الفائق): وتضم هذه الفئة كل الصحف العربية الالكترونية الناطقة باللغتين الانكليزية والفرنسية لسهولة تقديمها بهذه اللغة ومن أمثلتها صحف الوطن والمجاهد الجزائريتين وجولف ديلي نيوز البحرينية و الايجيبشان جازيت المصرية وجوردون تايمز الأردنية وكويت تايمز الكويتية وديلي ستار اللبنانية.

3- الصحف العربية الالكترونية التي تستخدم لغة (النص الفائق) باللغة العربية مثل البيان الإماراتية والرياض السعودية والراية القطرية ومجموعة صحف الأهرام وصحف دار التحرير وصحف أخبار اليوم المصرية والأيام البحرينية والنهار والأنوار اللبنانيتين. ويتيح استخدام هذا النمط للصحف العربية الالكترونية التي تستخدمه الاستفادة من الإمكانات التفاعلية والاتصالية المختلفة في الشبكة مثل

---

(1) حنين سعد سلمان: أزمة تشكيل الحكومة العراقية في الصحف الالكترونية العربية – دراسة تحليلية لأخبار الصفحة الأولى لصحيفتي الحياة اللندنية والاتحاد الإماراتية، بحث منشور في كتاب وسائل الإعلام أدوات تعبير وتغيير، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013، ص 418 – 419.

خدمة الاتصال بالمحررين والبريد الالكتروني وإدارة حلقات النقاش بالإضافة إلى خدمات البحث والتصويت والأرشيف وغيرها.

4- الصحف التي تجمع بين النص الفائق والنص المحمول: وهو اتجاه عالمي جديد تستخدمه الصحف الالكترونية الكبرى للاستفادة من مزايا النمطين وقد اتجهت بعض الصحف العربية إلى استخدامه مثل صحف القدس العربي والأنوار والنهار.

وتؤدي الصحافة الالكترونية العربية شأنها شأن الصحافة الورقية وظائف ومهام وخدمات متعددة أبرزها[1]:

1- وظيفة الإعلام والإخبار.
2- وظيفة الشرح والتفسير.
3- وظيفة التوعية والتثقيف.
4- وظيفة الاندماج الاجتماعي.
5- وظيفة تقديم الخدمات.
6- وظيفة الترفيه والتسلية.
7- وظيفة الإعلان والتسويق.
8- وظيفة التوثيق والتأريخ.
9- الوظيفة الرقابية.

وبالرغم من الصعوبات والمعوقات التي تعترض تطور وتقدم الصحافة الالكترونية إلا أن لها كثير من المميزات أبرزها [2]:

---

(1) د. مرعي مدكور: المدخل إلى الصحافة، القاهرة، النموذجية للخدمات الإعلانية، 2007، ص 84 – 100

(2) صادق حمه غريب حمه صالح: الصحافة الالكترونية الكردية – دراسة مسحية للصحف الالكترونية الكردية (كلآورِوژنه، ده نگه كان، كوردستان نت)، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2008، ص132.

1- امتلاك الكاتب والصحفي مساحة كبيرة لحرية التعبير عن أفكاره وآراءه.
2- إمكانية التواصل المباشر بين الكاتب والقارئ من خلال ما وفرتها الصحافة الإلكترونية من خدمات كتقييم المادة والكتابة مباشرة إلى الكاتب أو كتابة تعليق عن الموضوع أو المقال المنشور في الصحيفة.
3- التكلفة المنخفضة لإنشاء الصحافة الإلكترونية وخاصة في ظل الارتفاع الكبير والمستمر لأسعار الورق على الصعيد العالمي وما يترتب عنها من جماهيرية الثقافة وانتشارها.
4- وجود سلسلة معقدة من الإجراءات الإدارية والأمنية بغرض الحصول على الإجازة من اجل إنشاء الصحافة الورقية على عكس الصحافة الالكترونية.
5- السرعة الكبيرة في نشر الخبر والمعلومة ومن ثم القدرة على متابعة الخبر وتعديله بوقت لا يتجاوز الزمن الفاصل بين الإصبع والزر الإلكتروني.
6- المساحة الكبيرة في الانتشار حيث تتمكن الصحافة الإلكترونية من أن تتجاوز الحدود السياسية والقومية وذلك لقدرتها على الانتشار الكوني من خلال الفضاء الإلكتروني.
7- توفر الصحافة الإلكترونية الأرشيف الإلكتروني والقدرة الكبيرة في البحث عن المفردة خلال ثواني معدودة.
8- امتلاك الصحافة الإلكترونية لعوامل جذب متعددة من خلال توفيرها أشكال متعددة للمتعة وإشباع عدة حواس في آن واحد (القراءة والمشاهدة والسماع).
9- دعمها للصحافة الورقية من خلال توفير فرص انتشار غير محدودة للصحافة الورقية.
10- توفيرها فرص ومجالات كبيرة للكتاب والصحفيين الشباب لتنمية قدراتهم الفنية والمهنية بما توفرها من إمكانيات كبيرة للنشر.

تجربة الصحافة العربية المهاجرة: الشرق الأوسط والحياة أنموذجاً

أصبحت الصحافة العربية الدولية حاجة ماسة وملحة في الوقت الحالي، بعد انتشار ظاهرة إصدار الصحف العربية لطبعات دولية في ظل التطور التقني والفني الذي دخل إلى وسائل الإعلام الدولية ومن بينها الصحافة إذ احتلت الصحافة العربية الدولية جزءً كبيراً من اهتمام الباحثين في مجال الإعلام.

ويمكن تعريف الصحافة الدولية بأنها: (تلك الصحف التي تخاطب اهتمامات القارئ الدولي، وتهتم بالقضايا الدولية ولا تقتصر على القضايا المحلية ذات النزعة الضيقة)[1]. ويعرفها باحثون ومختصون إعلاميون بأنها: (تلك الصحف التي تطبع وتوزع في عدة دول في وقت واحد) [2]. ويرى آخرون أن الصحيفة العربية الدولية

---

(1) نوال الصفتي: مفهوم الصحافة الدولية وبنيتها على الانترنت - دراسة تحليلية وصفية، بحث، منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (9)، جامعة القاهرة - كلية الإعلام، 2000، ص 186.

(2) إبراهيم المسلمي: الطبعات الدولية للصحف العربية، القاهرة، الدار الدولية للطباعة والنشر، 2002، ص 37.

هي: (أن تصدر الصحيفة أكثر من طبعة في أماكن مختلفة من دول العالم، وبلغات مختلفة أخرى غير لغتها الأصلية التي تصدر بها من موطنها الأصلي) [1]. ومن خلال ما تقدم يمكن القول بأنها تلك الصحيفة العربية التي تصدر بعدة طبعات في أماكن مختلفة من دول العالم، بالإضافة إلى مكان طباعتها الأصلي أي من الدول التي تصدر منها الصحيفة وبنفس لغتها الأصلية التي تصدر بها وهي اللغة العربية.

وتصدر بعض الصحف الدولية العربية طبعات مطابقة للطبعة المحلية من حيث اللغة والمادة التحريرية مع بعض التغييرات في إخراج الصحيفة مثل صحيفة (الأهرام الدولي)، إذ تصدر لها طبعات في دول أخرى مثل لندن ونيويورك وصحيفة (القبس الدولي) وصحيفة (السياسة) الكويتية بطبعتين في الكويت ولندن. ومنها ما تصدر أساساً من خارج موطنها الأصلي مثل (الشرق الأوسط) السعودية التي تصدر من لندن ولها طبعات موطنها الأصلي من الرياض وجدة والظهران، وطبعات أخرى عربية من الدار البيضاء والقاهرة ثم طبعات دولية في كل من مرسيليا وباريس ونيويورك. ومن الصحف العربية الدولية الأخرى التي لها مكان متميز في العمل الإعلامي على الصعيد الدولي صحيفة (الحياة) اللبنانية التي تصدر وتطبع في لندن ومرسيليا والقاهرة ولها طبعات في موطنها الأصلي في بيروت[2]. وعلى الرغم من تشابه الطبعات المحلية للصحف العربية مع طبعاتها الدولية، إلا أن هناك فروقاً بينهما يتعلق بعضها بالجوانب الفنية الشكلية وأخرى بمحتوى الصحيفة وأبرز تلك الفروق هي[3]:

---

(1) جون رابيتز: الاتصال الجماهيري - مدخل، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1987، ص 101.

(2) إبراهيم المسلمي: مصدر سابق، ص39.

(3) خلود كاظم العامري: القصة الخبرية والتقرير الخبري في الطبعات الدولية لجريدتي الحياة والأهرام - دراسة مقارنة في شؤون العراق لعامي 2004م و 2005م، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2007، ص 49.

1- تباين عدد الصفحات بين الطبعتين: إذ أن عدد الصفحات المطبوعة من الصحيفة داخل الوطن العربي يختلف عن عدد الصفحات المطبوعة خارجه ويعود السبب إلى الرغبة في تقليل الكلفة الاقتصادية للطبع وتقليل الصحف من الأحداث المحلية وحجبها في الطبعات الدولية.

2- وزن الورق: تستخدم بعض الصحف المحلية ورقاً أخف وزنا في طبعاتها الدولية في حين يفضل البعض الآخر استخدام الورق ذاته في الطبعتين ويعود هذا الأمر إلى أسباب مالية بالدرجة الأساس.

3- تختلف مواقع المواد التحريرية والإعلانات في مواقعها بين الصفحات في كلتا الطبعتين.

4- يختلف استخدام الألوان في الطبعتين على صفحات الجريدة المختلفة.

5- ترفع التحقيقات والآراء والإعلانات المحلية من الطبعة الدولية.

6- يختلف محتوى الصحيفة من المواد التحريرية وطبيعة الفنون الصحفية المستخدمة في الطبعتين فالصفحة المحلية تفضل الأخبار على غيرها من الفنون الأخرى لاسيما في الصفحة الأولى وغالبا ما تتناول أخبارها أحداثاً وقضايا تمس حياة المواطن المحلي بشكل مباشر مثل قانون التقاعد وتعليمات وزارة التربية حول الامتحانات العامة والزيادات المرتقبة في رواتب موظفي الدولة في الوقت الذي تركز فيه الطبعات الدولية على التقارير الخبرية وتغطي قضايا ذات طابع دولي، لاسيما فيما يتعلق بمشكلات النظام السياسي.

لقد طالت التقنية الحديثة الكثير من جوانب العمل الصحفي في كثير من أقطار العالم العربي[1]، إذ وُظِّفت برامج النشر المكتبي وتقنيات الطباعة الحديثة منذ مطلع

(1) أ.د فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2010، ص 128.

الثمانينات بشكل واضح خاصة مع تطور البرمجيات وأنظمة التشغيل ودخول شركات عالمية وعربية في مجال تطوير التطبيقات وحلول النص العربي. ولكن الإرث الثقيل الذي حملته الصحافة العربية جراء طول دورة الإجراءات الإدارية الروتينية في حركة المعلومات والأخبار، إضافة إلى ضعف شبكات التوزيع الذي أدى إلى تواضع قاعدة قراء معظم الصحف، وكذلك مشكلات الرقابة الرسمية التي بقيت من أهم العوائق التي حدّت من انطلاق الصحافة العربية المكتوبة طوال تاريخها. ولكن مع التقدم التقني الهائل وثورة المعلومات والاتصالات تمكنت الصحافة إلى حد كبير من التغلب على بعض عوائق التوزيع وفتحت بذلك المجال للصحف للوصول إلى جماهير أوسع والاهم من هذا كله أن الرقابة أصبحت في عصر التقنية بلا معنى، أو أنها غير فعالة الأمر الذي فتح الباب - نتيجة الواقع التقني- لإعطاء مساحة حرية أوسع للصحافة المطبوعة والإعلام العربي بشكل عام[1]. وقد بدأت تباشير تأثير التقنية هذه في العالم العربي بشكل عام منذ مطلع التسعينات تحديدا حين أقبل الناس على شراء أطباق استقبال بث الأقمار الاصطناعية واستقبال محطات البث العابر للحدود القومية والثقافية مما مكن الناس من الحصول على آخر الأنباء خالية من الرقابة الرسمية (المحلية على الأقل)، وهو الأمر الذي مهد لثقافة رقابية عربية اقل تعنتا من السابق، وبالتالي دفع الصحافة المكتوبة لتنطلق بقيود أقل ومساحة حرية تعبير أفضل[2]. وبالرغم من سطوة الحكومات التي هيمنت على الإعلام لفترة طويلة في العالم العربي، إلا أن التكنولوجيا الحديثة أحدثت أثراً ملموساً. وهذا الكلام صحيح إلى حد بعيد، ليس فقط بعد توظيف الانترنت التي أحدثت لوحدها ثورة كبرى في مفاهيم العمل الصحفي، ولكن

---

(1) المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (1991) الثورة التكنولوجية ووسائل الاتصال العربية، تونس: إصدارات المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

(2) د. فايز بن عبد الله الشهري: واقع ومستقبل الصحف اليومية على شبكة الانترنت، دراسة مسحيّة شاملة على رؤساء تحرير الصحف السعودية ذات الطبعات الالكترونية، بحث منشور على شبكة الانترنت منذ عام 2003م، ومنشور على الموقع الآتي www.ekateb.net/searchs.

حتى قبل ذلك عندما وظفت بعض الصحف العربية المهاجرة تكنولوجيا الأقمار الاصطناعية في نقل وتوزيع الصحف عبر القارات. وخير مثال لذلك تجربة الأخوين هشام ومحمد حافظ في إصدار صحيفة الشرق الأوسط اليومية عام 1978 حيث وظّفا الفاكس ثم الأقمار الاصطناعية (فيما بعد) لنقل الصحيفة من مقرها في لندن إلى دور النشر في العالم العربي، مما مكن الصحيفة من أن تنشر في نفس اليوم في العديد من الدول العربية (وبعض دول العالم) متغلبين على عوائق الطبع، والتوزيع(1).

ولقد شجع نجاح صحيفة الشرق الأوسط الناشرين الآخرين على إتباع نفس النهج، مثل صحيفة الحياة عام 1988 وغيرها من المطبوعات الأقل أهمية التي شكلت ملامح ما يسمى الصحافة العربية المهاجرة أو ما يعرف بـاللغة الانكليزية بـ Pan-Arab Media(2). ويعدّ نموذج صحيفتي الشرق الأوسط والحياة أو بتسمية أخرى الصحيفة اليوميّة المنقولة بالقمر الاصطناعي أول اثر كبير للتقنية الحديثة على الصحافة العربية في نهاية القرن الماضي.

ويمكننا أن نعطي صورة مبسطة لأبرز أقسام صحيفة الشرق الأوسط ومضامينها كصحيفة دولية من خلال ما يأتي:

1- الصفحة الأولى:

وهي واجهة الصحيفة وعنوانه الرئيس، ما يعني أنها المعبر عن أولوياتها الخبرية، ففي هذه الصفحة ما تعتبره هيئة تحرير الصحيفة أبرز أخبار اليوم وهي بجانب العنصر الخبري يمكن أن تضم موجزاً لتقرير أو تحقيق قيّم خاص بالصحيفة يستدعي لفت انتباه القارئ إلى وجوده. وتتضمن الصفحة الأولى أيضاً أهم محتويات العدد التي

---

(1) هشام فاروق لقمان ومحمد علي حافظ: تدويل الصحافة العربية، جدة، الشركة السعودية للأبحاث والتسويق، 1997، ص 100.

(2) Alshehri, Fayaz A: Electronic Newspapers on the Internet: A study of the production and consumption of Arab dailies on the World Wide Web. Ph.D. Thesis, Department of Journalism Studies, University of Sheffield.

تستحق الإشارة إليها سواء مع صور صغيرة مرتبطة بها أو من دون صور في شريط جانبي أو علوي مُمتد فوق أسم الصحيفة وعنوانها الرئيس. وفي العادة يحتل الخبر الرئيس الأهم الجزء العلوي من الصفحة، والأخبار التي تعد دونه أهمية تحت الخبر الرئيس أو الخبرين الرئيسين إذا استوجب الأمر إفساح المجال لخبرين رئيسين. وهناك أمر آخر على جانب من الأهمية في الصفحة الأولى من صحيفة الشرق الأوسط وهو أنها لا تقصر بالضرورة على الأخبار ذات الطابع السياسي، فثمة مواضيع اجتماعية أو رياضية أو فنية أو اقتصادية يمكن أن تفرض نفسها على الصفحة الأولى، ومنها على سبيل المثال نتيجة رياضية لافتة تهم القارئ في مسابقات كبرى كالألعاب الاولمبية أو نهائيات كأس العالم لكرة القدم، أو تحقيق انفردت به الصحيفة يخص نجم سينمائي شهير أو رياضي عالمي بارز أو شخصية عامة لامعة خارج المجال السياسي[1].

2- الأخبار:

لقد طرأت خلال السنوات الأخيرة تغيّرات كبرى على مفهوم الصحيفة اليومية الدولية وكان للتطور التقني المتسارع في نقل المعلومات والصور دور بارز في إعادة بلورة مفهوم هذا النوع من الصحف وتعريف دورها وأولوياتها التحريرية. وقد غدا على الصحيفة الدولية العمل باتجاهين مختلفين يتكامل عمل أحدهما مع عمل الآخر. الاتجاه الأول هو تقديم خدمة صحفية متكاملة ومعمقة تنفرد بها الصحيفة أن كان على صعيد تميّز المصادر أو تفرد أساليب المعالجة وإثراء الموضوع، أو تعزيز القصة الصحفية بمعلومات موثقة من مصادر لا يتسنى للصحف المنافسة الاتصال بها والاستفادة منها. أما الاتجاه الثاني فهو مزج الجانب التحريري الكتابي مع الوسائط المعلوماتية التقنية المتطورة. وتتكامل عملية جمع الأخبار في صحيفة الشرق الأوسط كإحدى ابرز الصحف العربية الدولية الحريصة على تقاليد المهنة، تتكامل عملية جمع الأخبار

---

(1) أياد أبو شقرا (وآخرون): أسلوب الشرق الأوسط، بيروت، جداول للنشر والترجمة والتوزيع، 2013، ص 49 – 50.

بمختلف أنواعها عبر التعاون اليومي الوثيق بين المكتب الرئيس حيث وحدة التحرير المركزية ومكاتب الصحيفة وشبكة مراسليها في مختلف أنحاء العالم. وفي المقابل، فان للصحيفة موقعها الالكتروني المتميّز الذي يتابع أحدث التطورات لحظة بلحظة، وكذلك هناك خدماتها التفاعلية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ما يعزز دورها ليس فقط كناقل للخبر، بل كوسيلة تفاعلية حيوية بالنسبة للقارئ.

3- الافتتاحية:

وهي في صحيفة الشرق الأوسط أسبوعية تظهر بتوقيع (هيئة التحرير) كل يوم اثنين. وتعدّ المقالة المعبّرة عن رأي الصحيفة في أهم القضايا المحلية والعربية والعالمية المؤثرة وتلك التي تشغل اهتمام قرائها.

4- الرأي:

تستكتب صحيفة الشرق الأوسط أبرز الكتاب في العالم العربي، يكتبون بانتظام أو بين الحين والآخر في صفحات الرأي. وحرصاً من الصحيفة فقد جرى اعتماد دليل للكتاب من شأنه تسهيل العملية مع عنوان بريد الكتروني (إيميل) مع رقم هاتف أرضي وهاتف جوال للتواصل مباشرة بين الكُتّاب وسكرتارية التحرير.

5- الملاحق:

تضم صحيفة الشرق الأوسط سبعة ملاحق في مجالات تخصصية يتراوح عدد صفحاتها بين ثلاث صفحات وصفحتين خصص لكل منها يوم من أيام الأسبوع وهي: ملحق صحتك يصدر يوم الجمعة وملحق عقارات يصدر يوم السبت وملحق ثقافة يصدر يوم الأحد وملحق الإعلام يصدر يوم الاثنين وملحق سفر وسياحة يصدر يوم الثلاثاء وملحق الحصاد يصدر يوم الأربعاء وملحق لمسّات يصدر يوم الخميس. وعلى الرغم من وجود هذه الملاحق المتخصصة تضم صحيفة الشرق الأوسط موضوعات تخصصية أخرى يحظى كل منها بصفحة واحدة أسبوعياً ومنها: صفحة (علوم) تصدر يوم السبت وصفحة (سيارات) تصدر يوم الأحد وصفحة (فنون) تصدر يوم الاثنين وصفحة (تقنية المعلومات) تصدر يوم الثلاثاء وصفحة (كتب)

تصدر يوم الأربعاء وصفحة (أنغام) تصدر يوم الخميس وصفحة (سينما) تصدر يوم الجمعة وصفحة (سجالات) وهي صفحة تتضمن مواقف وآراء متعاكسة لساسة وأهل رأي ومحللين إزاء قضايا سياسية، وقد تكون غير سياسية، تحتل صفحة الرأي الثالثة كل يوم أحد، الغاية منها توفير مساحة من النقاش الرصين والصحي من موقعين مختلفين[1].

6- التحقيقات:

تتطلب كتابة التحقيق الصحفي مستوى عالياً من المعرفة والكفاءة في إيجاد المراجع والقدرة على الوصول إلى مصادر الأخبار. وعلى هذا الأساس يتجاوز التحقيق مهمة نقل الخبر والوقائع ليصل إلى توظيفها بهدف الإحاطة والتعمق في خلفيات حدث كبير أو ظاهرة ذات تداعيات أو تأثيرات مهمة بجانب المساعدة على التفسير وخلق فضول للاستزادة. وفي صفحات (الشرق الأوسط) تظهر التحقيقات بأحجام متفاوتة في مختلف أقسام الصحيفة، من التحقيقات العسكرية في جبهات التوتر والقتال على سبيل المثال إلى التحقيقات المتصلة بمناسبات معينة مثل مهرجانات السينما والمعارض التجارية والصناعية المتخصصة أو التظاهرات الرياضية والمهرجانات السياحية حول العالم والحفلات الفنية الكبيرة وما إليها.

7- رسائل القراء:

باب (رسائل القراء) موجودة في الشرق الأوسط منذ مدة غير قصيرة ويتسم هذا الباب بكونه رسائله تنشر على شكل تعليق سريع على مقالات منشورة في الصحيفة. وحرصاً على تجنب كل ما يمكن أن يسبب إشكالات أو مشاكل قانونية أو يؤثر سلباً على مستوى الصحيفة ارتأت سكرتارية التحرير الالتزام بالمعايير الآتية[2]:

أ - يمنع نشر أي رسالة تحمل تهجماً شخصياً على كاتب المقال المقصود بالتعليق.

---

(1) أياد أبو شقرا (وآخرون): مصدر سابق، ص 49-51.

(2) المصدر نفسه: ص 59.

ب- يمنع نشر أي تعليق أو تعقيب يحمل كلمات من نوع (خائن) و(مجرم) و(عميل) و(سفاح) وما إليها.

ج- يمنع نشر أي تهجم أو تحريض على الأديان والمذاهب الدينية والفئات العرقية بكلمات خارجة عن اللياقة.

د - يمنع نشر أي اتهام لا إثبات له، ولاسيما في جوانب الذمة المالية والخصوصيات الشخصية والأخلاقيات بشكل عام، ما يترتب على الصحيفة مخالفة قدح أو ذمّ.

هـ - يمنع نشر أي رسالة من قارئ واحد يومين متتالين، ويمنع نشر أكثر من رسالة من قارئ واحد في اليوم ذاته.

و- يمنع نشر أي رسالة لا تحمل أسماً صريحاً (ممنوع بتاتاً الأسماء الحركية والمنقوصة).

ز- تحتفظ الصحيفة لنفسها بالحق في النشر أو الامتناع عن النشر كلياً، وأيضاً الحق في الاجتزاء، وذلك لأن مستوى رسائل القراء هو خير معبر عن مستوى الصحيفة ونوعيتها.

8- باب (عرب وعجم):

فكرة هذا الباب هي تعزيز حضور صحيفة الشرق الأوسط في مختلف المجتمعات العربية والدولية عن طريق الإشارة إلى الأخبار الاجتماعية لشخصيات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية شريطة ألا يكون هذا النشاط متصلاً بالعمل السياسي أو الاقتصادي البحت. إن وجود أبواب خاصة بالشخصيات الفنية والرياضية ووجود الشخصيات السياسية ضمن الصفحات المتخصصة، ما يعني ضرورة تحاشي التكرار وإبقاء الفنانين والرياضيين ضمن الصفحات المخصصة لهم. ويضم هذا الباب (12) شخصية يومياً على أن لا يكون هناك أكثر من شخصيتين من دولة واحدة، ويتوجب أن تكون الشخصيات من كلا الجنسين. ويتوجب أيضا أن يكون بين الشخصيات المختارة على الأقل شخصيتان غير عربيتين (عجم). ويشمل إطار ما يغطيه هذا الباب: اللقاءات وحفلات الاستقبال وحفلات الافتتاح والمحاضرات وإطلاق الكتب الجديدة والتعيينات بمعنى أن يكون على صلة بحضور جسدي للشخصية المكتوب عنها (لا يشمل برقيات

وتصريحات). ويجب ألا يكون الحدث الذي يتطرق إليه الخبر عن الشخصية على علاقة مباشرة بالسياسة، ولو كانت الشخصية نفسها من أهل السياسة والدبلوماسية. ويتحاشى هذا الباب نشر أخبار الملوك والرؤساء العرب والأجانب وكذلك أخبار الشخصيات الاعتبارية ذات المكانة الخاصة التي يُحصر نشر أخبارها في الصفحات السياسية[1].

صحيفة الحياة

تأسست جريدة الحياة في 20 كانون الثاني (يناير) عام 1946 على يد الصحافي اللبناني المعروف كامل المروة وصدر العدد الأول منها في بيروت في 28 كانون الثاني (يناير) من العام ذاته[2].

وكانت في بداية صدورها تباع بمبلغ زهيد وهي الصحيفة رقم 56 بين الصحف اليومية التي كانت تصدر في لبنان. بدأت الجريدة مشوارها في حجرة واحدة من حجرات جريدة النهار في سوق الطويلة القريب من مرفأ بيروت، وهو المكان ذاته الذي تصدر فيه جريدة النهار اللبنانية في الوقت الحالي واشرف على صدورها خمسة محررين وكان كامل المروة رئيس تحريرها سادسهم. ثم انتقلت إلى مبنى جديدة قريباً من منطقة السور وضم مؤسسها إليها مجموعة كبيرة من المحررين والكتاب والمراسلين ونجح في إرساء أركان صحيفته وحاول تطوير استقلالها مادياً من الإعلانات فاستعان بأحد كبار المختصين بالعمل الإعلاني في بغداد وهو (منير طقشي) الذي حظي بمنصب أول مدير للإعلانات في صحيفة الحياة. وكانت الحياة أول صحيفة عربية استخدمت آلة لاقطة خاصة بها للأنباء وهي أول صحيفة لبنانية تستخدم أسلوب الطباعة الملساء (الاوفسيت)، إذ صدر العدد الأول منها والمطبوع بهذه الطريقة في 17 نيسان عام 1964 بعدما استورد أصحابها مطبعة دواره (روتاتيف) تطبع بأربعة ألوان دفعة واحدة،

---

(1) أياد أبو شقرا (وآخرون): مصدر سابق، ص 60 – 61.

(2) سمير شاهين: ذكريات من الصحافة والسياسة، بيروت، مطابع المتوسط، 1999، ص 88.

وبسرعة 18 ألف نسخة في الساعة الواحدة[1].

وكانت الحياة من أوائل الصحف التي عينت مراسلين متمرسين في دول العالم في باكستان وتركيا والأمم المتحدة إلى جانب شبكة مراسلين داخل الوطن العربي في بداية الستينات من القرن الماضي ولكثرة تنوع مصادر أخبارها أقبل القراء على شرائها وكانت المملكة العربية السعودية من أفضل أسواق ترويج الصحيفة يليها العراق إذ كانت تصله 800 نسخة في عام 1963 ثم الأردن ألفين نسخة من العام ذاته أما في لبنان فكانت الصحيفة تبيع قرابة 8000 نسخة ويرى عدد من الباحثين أن هذه الأرقام كانت تتصدر مبيعات الصحف اللبنانية.

وفي عام 1966 اغتيل كامل مروة في بيروت ووجهت أصابع الاتهام إلى المخابرات المصرية آنذاك بسبب موقفه من نظام عبد الناصر وتوجهاته القومية لكن أنطوان عبد المسيح مدير تحرير الحياة في بيروت يؤكد أن قاتل المروة كان معروفاً وان القضية لم تتعدَ تصفية حسابات سياسية كان المروة أحد ضحاياها[2].

تولت عائلة المروة إدارة مؤسسة الحياة التي كانت تشمل جريدة الحياة وصحيفة الديلي ستار التي تصدر باللغة الإنكليزية وتعرضت المؤسسة إلى ضائقة مالية فاضطرت إلى اقتراض مليون ليرة في عام 1969 (تقريباً 420 ألف دولار) وأنفقت الأموال على تحسين عدد من مرافقها وتم تسديد القرض عام 1975 وفق ما نصت عليه بنود العقد. وبعد اندلاع الحرب الأهلية في لبنان عام 1975 توقفت مجموعة من الصحف العربية في لبنان عن الصدور وكانت صحيفتا الحياة والديلي ستار من بين الصحف التي توقفت.

---

(1) د. إبراهيم عبد الله المسلمي: مصدر سابق، ص60.

(2) خليل صابات: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1985 ص 151.

وفي عام 1988 استأنفت الحياة الصدور من جديد لكن هذه المرة صدرت في لندن بتمويل من الأمير خالد بن سلطان بن عبد العزيز واعتمدت على لجنة متميزة تضم خيرة الصحافيين اللبنانيين يزيد عددهم على مائة صحافي من بينهم مي كامل مروة نجل مؤسسها. وتعاقبت على رئاسة تحريرها ثلاثة من كبار الصحافيين أولهم جهاد الخازن ثم جورج سمعان أعقبه غسان شربل الذي عمل لسنوات طويلة في الصحيفة ثم رأس تحريرها منتصف عام 2004 حتى الآن.

وبعد انتهاء الحرب الأهلية في لبنان فتحت الحياة مكتباً كبيراً لها في بيروت في عام 1990 وسعت الحياة إلى تطوير نفسها تدريجياً وارتفع عدد صفحاتها إلى 28 صفحة وفي عام 1991 صدرت عن دار الحياة مجلة أسبوعية سياسية تدعى (الوسط) تولى أنطوان عبد المسيح مدير تحرير صحيفة الحياة إدارة التحرير فيها وكانت (الوسط) تهتم بتغطية الأحداث الدولية والإقليمية في مجال السياسة وتعتمد الاتجاهات ذاتها التي اعتمدتها الحياة في تناول الإحداث.وفي عام 2003 توقفت صحيفة (الوسط) السياسية وتحولت إلى ملحق أسبوعي لصحيفة (الحياة) تصدر مع الصحيفة كل يوم اثنين من الأسبوع لكنها توقفت عن الصدور كملحق مع الصحيفة نهاية عام 2004 بعد إصدار طبعة السعودية، ويقول أنطوان عبد المسيح أن مسألة إصدار ملحق أسبوعي مع جريدة (الحياة) لم يكن منطقياً بعد أن زاد عدد صفحات الجريدة، لاسيما في الطبعة السعودية التي وصل عدد صفحاتها إلى 40 صفحة فيما بقيت الطبع الدولية تضم 24 صفحة ويتم تقليص صفحاتها إلى 20 صفحة في شهري تموز وآب من كل عام بسبب الأجازات السنوية.

تملك الحياة مكاتباً ومراسلين في غالبية بلدان العالم وتطبع في عدد من العواصم العربية والأجنبية ولديها طبعات دولية في لندن وفرانكفورت ونيويورك ودبي وبيروت ومصر والرياض وجدة والدمام والبحرين. وتوزع في عدد من العواصم الدولية من بينها دول أوربا والولايات المتحدة الأميركية وعدد كبير من الأقطار العربية وتبيع إصداراتها في 33 سوقاً عالمياً وتوزع 364-450 ألف نسخة في دول العالم المختلفة.

ولديها بريد الكتروني يسمح للقراء بالإفادة من تغطية أخبار والتحليلات السياسية والاقتصادية إلى جانب تقديم خدمات أخرى مثل ترجمة النصوص والمقالات من والى اللغة الإنكليزية. وبدأت (الحياة) باستخدام الألوان في الطباعة في عدد من صفحاتها في تموز عام 2005 مثل الصفحة الأولى والصفحة الأخيرة وصفحة شؤون الناس والصفحة الاقتصادية وغيرها. وبدأت حملة واسعة لتطوير الإعلانات في الصحيفة وأوكلت المهمة إلى الشركة الوطنية للتوزيع والنشر وهي إحدى أكبر شركات الدعاية والإعلان في العربية السعودية[1].

وبالرغم من التشابه الكبير بين الطبعات الدولية جميعها للحياة باستثناء عدد من الأمور الفنية الصغيرة التي تصدر داخل الوطن العربي وتراجع هذه الأخبار إلى الصفحات الداخلية في الطبعات الأوربية إلا أن طبعة السعودية التي تم افتتاحها نهاية عام 2004 تختلف بشكل كبير عن باقي الطبعات الدولية، أولها عدد الصفحات التي تصل إلى 40 صفحة في الطبعة السعودية فيما لا تزيد عن 24 صفحة في باقي الطبعات الدولية فضلا عن الشكل الفني ومحتوى الصحيفة. وتبدو الطبعة السعودية وكأنها صحيفة داخل صحيفة إذ أنها تحوي مواد الطبعة الدولية للصحيفة جميعها إلى جانب 16 صفحة أخرى تتناول الشأن السعودي وتركز على الأخبار المحلية في المملكة سواء أكانت سياسية أم رياضية أم اجتماعية أم غيرها، وهي تحتوي على مساحات أوسع من الإعلانات وتطبع صفحاتها جميعها بالألوان على العكس من الطبعة الدولية التي تستخدم الألوان في عدد محدود من الصفحات وتتسم باستخدامها ألوانا بارزة مثل اللون الأحمر والأزرق والبرتقالي وتُبقي على اسم الجريدة وشعارها بلونهما الأصلي (الأسود).

وفي عام 2001 وقعت الحياة تعاون اتفاق ثنائي مع الفضائية اللبنانية (L.B.C) وهي خطوة نادرة في وسائل الإعلام العربية وسمح التعاون الإخباري بين الطرفين

---

(1) خلود كاظم العامري: مصدر سابق، ص 80.

للفضائية المذكورة بالإفادة من شبكة المراسلين الواسعة التي تملكها الحياة في الوطن العربي والعالم لاسيما فيما يتعلق بتغطية أحداث الشرق الأوسط (العراق وفلسطين).فيما استطاعت الحياة الحصول على الدعم المادي اللازم لتطوير الصحيفة عن طريق اقتسام الأرباح، وفي عام 2002 بدأت صحيفة الحياة حملة واسعة لاستقطاب الدماء الشابة للعمل في الصحيفة وتم تعيين مجموعة من الصحافيين الشباب في مكاتب بيروت والرياض إلى جانب مكتب بغداد الذي تم افتتاحه رسمياً في عام 2003 بعد أحداث العراق. وتقوم الصحيفة بأجراء تغييرات دورية على طبيعة الإخراج الفني للمواضيع إلى جانب إجراء تغييرات دورية على موقع الصحيفة على الانترنت وتبويب المعلومات بشكل يسهل على القارئ اختيار المادة التي يريد قراءتها في صفحات الحياة. وحاولت الحياة وضع أسس ومعايير خاصة للعمل فيها بجهود مؤسسيها وهم من خيرة الصحفيين الذين عملوا في صحيفة النهار مثل جميل المروة وجهاد الخازن وجورج سمعان وعبد الوهاب بدر خان،وخلقت الشراكة اللبنانية السعودية للصحيفة حالة من التوازن في سياستها الإخبارية وأولت الحياة الدولية اهتماماً كبيراً بالشأن العربي لاسيما فيما يتعلق بمنطقة الشرق الأوسط وهي المنطقة الساخنة في الوطن العربي[1].

(1) خلود كاظم العامري: مصدر سابق، ص 82.

تجربة صحيفة الأهرام كصحيفة دولية

تأسست صحيفة الأهرام المصرية في الإسكندرية عام 1875 وقد أسسها الإخوان سليم وبشارة تقلا[1] وصدر عددها الأول في 5 آب 1876 لتكون بذلك أقدم صحيفة عربية مستمرة في الصدور حتى هذا اليوم، إذ بدأت الأهرام كصحيفة أسبوعية تصدر كل يوم سبت ولكن بعد مرور أقل من 5 سنوات في 3 كانون الثاني 1881 تحولت إلى صحيفة يومية[2]. وقد اشتهرت صحيفة الأهرام في جميع أدوار حياتها بأنها صحيفة تساير السلطة الحاكمة مهما كان اتجاهها وتعطيها أصدق وأدق الأخبار، وتتحرى جانب الحقيقة في كل ما تكتب. وتأتي الأهرام في طليعة الصحف العربية السياسية في العالم، إذ تعد مدرسة للصحفيين، فكانت أسبق الصحف العربية إلى الأخذ بنواحي التقدم والرقي والصحيفة العربية الأولى التي اتخذت لها مراسلين في الخارج[3].

---

(1) خليل صابات: وسائل الاتصال – نشأتها وتطورها، ط 6، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1991، ص152.

(2) إبراهيم عبده: جريدة الأهرام تاريخ وفن 1875– 1964، القاهرة، مؤسسة سجل العرب، 1964، ص39 – 61.

(3) أديب مروّة: الصحافة العربية نشأتها وتطورها، ط 1، بيروت، منشورات دار مكتبة الحياة، 1961، ص193 – 194.

وأممت جريدة الأهرام مع غيرها من الصحف المصرية بعد إعلان الثورة عام 1952 والتزمت الأهرام فيها بصورة أساسية بالخطط العريضة لسياسة الدولة حتى عام 1960 عندما أعلن قرار جمهوري بتحويل جريدة الأهرام وصحف أخرى إلى الاتحاد القومي(1).

وقد تحولت جريدة الأهرام من جريدة يومية إلى مؤسسة تجارية إعلامية متخصصة تصدر العديد من المطبوعات وتدير العديد أيضاً من المراكز الهيئات الإعلامية ومن أمثلة مطبوعات المؤسسات (مجلة الأهرام الاقتصادي – مجلة السياسة الدولية ن مجلة الشباب – مجلة علاء الدين – مجلة نصف دينار – صحيفة الأهرام العربي – صحيفة الأهرام المسائي – صحيفة الأهرام الأسبوعي باللغة الانكليزية). ومن أهم المراكز الإعلامية المرتبطة بمؤسسة الأهرام (مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية ــ مركز الأهرام للدراسة والكومبيوتر – وكالة الأهرام لخدمة الصحافة)، وتقرأ جريدة الأهرام في آن واحد في مصر والولايات المتحدة الأمريكية وأوربا والسبب في ذلك هو التطور الذي حققته الجريدة واستخدام احدث التقنيات الفنية في مجال الطباعة والاتصالات والمعلوماتية حيث تمتلك الأهرام واحدة من أهم المراكز الطباعية في الشرق الأوسط(2).

وتعد (الأهرام) مدرسة صحفية في المضمون والشكل، فهي ليست مدرسة الخبر أو الإثارة بل هي مدرسة أول عناصرها الدقة في الخبر وما وراء الخبر وثانيها: التحليل الاقتصادي الذي يستند إلى حقائق من مصادرها الأصلية، وثالثها: احترام القارئ والتيسير عليه مثلاً: عدم التغيير السريع في الشكل التحريري أو الفني، وقد أصبح

---

(1) أيسر خليل إبراهيم العبيدي: البيئة في الصحافة العربية – دراسة مقارنة لموضوعات البيئة في جريدتي الأهرام اليومي المصرية والجمهورية العراقية لعام 2002، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2006، ص 90 – 91.

(2) إبراهيم نافع يروي مشوار 43 سنة في حياة الأهرام، موضوع منشور في صحيفة الأهرام، العدد 43834، الصادر بتاريخ 11 كانون الأول 2006.

للأهرام قوة دولية وإقليمية، فهي الصحيفة الأكثر نقلاً عنها في الوكالات والصحف الدولية، إذ لم يأتي ذلك من فراغ بل جاء عن طريق شبكة المكاتب والمراسلين المنتشرين في كل أنحاء العالم الذين يغطون الأحداث من وجهة نظر مصلحة مصر والأمة العربية وليس من وجهة نظر الأجانب.

وحرصت الأهرام خلال تاريخها الطويل على أن تقدم لقرائها آراء كبار القادة والعلماء والمفكرين على اختلاف مدارسهم واتجاهاتهم ومن بينهم: احمد لطفي السيد، ومحمود سامي البارودي، وأحمد شوقي، ومصطفى لطفي المنفلوطي، وطه حسين، وعباس محمود العقاد، ونجيب محفوظ، وتوفيق الحكيم، وزكي نجيب محمود، وبنت الشاطئ، ويوسف إدريس، وثروت أباظة، ولويس عوض، وعبد الرحمن الشرقاوي، وإحسان عبد القدوس. وقد تولى رئاسة التحرير ورئاسة مجلس الإدارة نخبة من ألمع الصحفيين والمفكرين وهم سليم تقلا، وبشارة تقلا، وخليل مطران، وخليل رينيه، وداود بركات، وجبرائيل تقلا، وأنطون الجميل، وعزيز ميرزا، وأحمد الصاوي محمد، وبشارة تقلا الصغير، ومحمد حسنين هيكل، وعلي أمين، و د.محمد عبد القادر حاتم، وأحمد بهاء الدين، وإحسان عبد القدوس، ويوسف السباعي، وعلي حمدي الجمال، وعبد الله عبد الباري، وإبراهيم نافع، وأسامة سرايا، وصلاح الغمري[1]. ومن كتاب الأهرام: سلامة احمد سلامة، وأنيس منصور، وصلاح منتصر، ومرسي عطا الله، وفهمي هويدي، وغيرهم الكثير. واتخذت الأهرام أثناء تاريخها الطويل من مدينة الإسكندرية مقراً قبل أن تنتقل إلى مدينة القاهرة في قلب العاصمة المصرية[2].

وتتكون هيئة تحرير الصحيفة اليوم من رئيس التحرير ومديري ونواب ومساعدي ومستشاري رئيس التحرير فضلاً عن 1120 محرراً يعملون في إحضار وإعداد المادة

---

(1) مؤسسة الأهرام/ تاريخ وأرقام بتاريخ 18 كانون الأول 2006.
http://extra.ahram.org.eg/eng

(2) أديب مروّة: مصدر سابق، ص 193.

الصحفية التي تشمل أهم الأخبار والأحداث المحلية والعربية والدولية والتحقيقات الصحفية والمقالات والأشكال الأخرى من المادة التحريرية المصورة، ويتعاون في إخراج الصحيفة صفوة من خبراء فن الإخراج الصحفي ومجموعة ممتازة من الرسامين والمصورين[1].

وقد حصلت الأهرام على جائزة الصحافة الدولية لعام 1988 من بين 15 صحيفة عالمية وذلك تقديراً لتغطيتها الموضوعية والمنفتحة على العالم العربي وشجاعة مواقفها وامتياز مادتها التحريرية وتوازنها وتنوعها وتعبيرها عن الواقع المصري وعدها رمزاً من رموز العروبة والإسلام[2]. ومن أهم السمات التحريرية لصحيفة الأهرام الدولي كصحيفة دولية يمكننا متابعتها من الصفحة الثانية، إذ تضم برامج الإذاعة والتلفزيون في كل من: بريطانيا وفرنسا وألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية، بالإضافة إلى إذاعات مصر المسموعة بالخارج، والإذاعات الموجهة إلى أوربا وأمريكا الشمالية، وكذلك حالة الجو ومواقيت الصلاة في عواصم العالم. وفي الصفحة الرابعة والمخصصة للأخبار العالمية، ينشر باب (سمعت وقرأت)، وهو ملخص لأهم موضوعات الصحف العربية والفرنسية والبريطانية والأمريكية والإسرائيلية، وتضم الصفحتان السادسة والسابعة (آراء واتجاهات) وتضم (منتدى الرأي الآخر) وهو عبارة عن انتقاء لأهم المقالات والكاريكاتير في الدوريات العربية والمصرية. وهناك بعض الصفحات المتخصصة لدول أوربا وأمريكا، والتي تنشر أسبوعياً في الصفحة الثامنة وهي: (صفحة صباح الخير يا بريطانيا) كل أحد، و(صباح الخير يا فرنسا) كل أربعاء، و(الأهرام في أمريكا) كل ثلاثاء. وفي الصفحة التاسعة تتعدد أبواب الصفحات المتخصصة بها على مدار أيام الأسبوع، مثل: (الدين والحياة) كل ثلاثاء، و(المسرح والجمهور) كل أحد و(ألوان فنية) كل خميس، و (الأهرام في عواصم العالم) كل أربعاء، وفي الثلث العلوي الرئيسي

---

(1) http://extra.ahram.org.eg/eng.

(2) د. خليل صابات: مصدر سابق، ص 214.

من الصفحة الأخيرة باب (عالم في صور) وهو شبه يومي، بينما تنشر (أجندة الأسبوع) في الصفحة الثالثة عشرة من عدد الجمعة الأسبوعي أسفل الكاريكاتير وهي ملخص لأهم أحداث الأسبوع على المستوى المصري والعربي والعالمي[1].

وتصدر الأهرام حالياً ثلاث طبعات يومية محلية إلى جانب طبعة دولية تطبع يومياً بعد أن تنقل صفحاتها بوساطة الأقمار الصناعية في لندن ونيويورك وفرانكفورت، وطبعة عربية تطبع في دبي والكويت وطبعة الكترونية تتيح لعشاق الأهرام متابعتها في أي وقت ومن أي مكان في العالم على شبكة الإنترنت[2]، إذ تصدر الطبعة الدولية للأهرام منذ عام 1984 في لندن يومياً وتطبع في لندن وباريس وتوزع في مدن أوروبا وأمريكا وكندا، وأصبحت منذ عام 1986 تطبع أيضاً في نيويورك لتوزع في كندا والأمريكتين. وفي عام 1994 أصبحت تطبع في فرانكفورت لتوزع في شمال أفريقيا فضلاً عن أوروبا، ويصدر كل من العدد اليومي والعدد الأسبوعي منها في 22 صفحة، وتشترك بعض الصفحات مع الطبعة المحلية بينما يتم إعداد الصفحات الأخرى خصيصاً للطبعة الدولية لتلبية احتياجات القارئ العربي في الخارج[3]، وللأهرام طبعة مسائية تصدر يومياً منذ 17 يناير 1991 وتغطي مساحة زمنية واسعة لتزويد القارئ بآخر الأنباء والأخبار للأحداث الجارية في اليوم نفسه سواء المحلية أو الخارجية، وهذه الطبعة تغطي جميع المجالات التي تهم القراء لاسيما في المجال الرياضي فضلاً عن التنوع في الاهتمامات السياسية والاقتصادية والاجتماعية[4]، وتصدر الأهرام كذلك طبعة عربية في البحرين والسعودية والكويت والأمارات وتوزع في يوم صدورها بالقاهرة في

---

(1) د. إبراهيم عبد الله المسلمي: الطبعات الدولية للصحف العربية - دراسة تحليلية مقارنة، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1993، ص 52 - 53.

(2) موقع مؤسسة الأهرام http://extra.ahram.org.eg/eng.

(3) صحف وإصدارات الأهرام الدولي موضوع منشور على موقع مؤسسة الأهرام بتاريخ 18 كانون الأول 2006 - http://extra.ahram.org.eg/eng

(4) http://extra.ahram.org.eg/eng &: http://massai.ahram.org.eg

جميع دول الخليج، إذ يصدر كل من العدد اليومي والعدد الأسبوعي في 22 صفحة فضلاً عن ملاحق الجمعة وملحق السيارات[1].

ويوجد للأهرام مكاتب داخلية عن طريق مندوبها ومكاتبها الداخلية سواء في الإسكندرية أو السويس أو مطروح.. وخارجية، مثلاً: واشنطن ونيويورك وموسكو ولندن وباريس وروما ومونتريال وفرانكفورت وأثينا وأنقرة وطوكيو ولوس انجلوس وجدة والبحرين فضلاً عن مراسلين دائمين في العواصم العربية[2].

---

(1) http://extra.ahram.org.eg/eng

(2) عبد الفتاح إبراهيم: مكاتب المحافظات... القلب النابض، موضوع منشور في صحيفة الأهرام، العدد 43834 الصادر بتاريخ 11 كانون الأول 2006.

تجربة صحيفة الخليج الإماراتية كصحيفة دولية

تكتسب الصحافة الخليجية أهميتها وحضورها من موقع الخليج العربي الاستراتيجي حيث يمثل نقطة التقاء طرق المواصلات بين أسيا وأفريقيا وأوربا. والوفرة النفطية والسيولة النقدية لذلك ترتبط الأهمية الجيوستراتيجية بالمصالح الاقتصادية للغرب بظهور النفط في الخليج[1].

وعلى الرغم من تطور الصحافة الخليجية وسعة انتشارها في العالم العربي خاصة إلا أن هناك هموم وتحديات تواجهها واقعياً في عدة جوانب وهذا ما يفصح عنه رؤساء تحرير تلك الصحف والمديرون العاملون للمؤسسات الصحفية والخبراء والباحثون في الصحف الخليجية. وكانت من أولويات هذه التحديات مسألة الحريات حيث كانت المطالبة بتوسيع مساحة الحرية والعمل الصحفي بعيداً عن فكرة الرقابة والإجراءات الإدارية سواء سحب الترخيص أو الإيقاف عن الصدور وتحكيم القضاء فيما يقع من مخالفات. فضلاً عن تغيير قانون المطبوعات في دول مجلس التعاون الخليجي بحيث

---

(1) عبد المهدي شريدة: مجلس التعاون لدول الخليج العربية، آلياته، أهدافه المعلنة، علاقاته بالمنظمات الإقليمية والدولية، القاهرة، مكتبة مدبولي، 1995، ص65.

يعطي مساحة اكبر للحرية في الكتابة والتعبير ويساعد على إنجاز العمل الإعلامي بمصداقية ونجاح وعدم جواز إغلاق الصحف إلا بحكم قضائي وعدم جواز مصادرة الحكومات لتراخيص الصحف التي تأسست[1].

وتعد صحيفة الخليج أول صحيفة يومية تصدر في الإمارات، فبعد عودة الأخوين تريم وعبد الله عمران من القاهرة عام 1966 بعد إنهاء دراستهما الجامعية وجدا منطقة الخليج تموج بالأحداث المهمة، وكان الشاه يخطط لفرض نفوذه على المنطقة لملئ الفراغ بعد إعلان بريطانيا الانسحاب من شرق السويس بعد سيطرة دامت 150 عاماً. وواكب الفترة ذاتها طرح فكرة اتحاد تسع إمارات بعد أن منيت الأمة العربية بهزيمة عام 1967 وظهور الانحياز التام الأمريكي إلى جانب إسرائيل. ووسط هذه الظروف صدر أول عدد من صحيفة الخليج يوم الاثنين 19 تشرين الأول 1970، فكانت تحرر في إمارة الشارقة وتطبع في الكويت[2]. وقد أثارت صحيفة الخليج غضب الشاه وغضب المعتمد البريطاني وان مقدمات إغلاق الصحيفة بدأت عندما نشرت الصحيفة معلومات تفضح نوايا الشاه والانكليز في قضية الجزر العربية، وخاصة ما يتعلق بدور المقيم البريطاني في الخليج وليم لويس الذي كان يتولى قضية الجزر من موقع التبني الكامل للموقف الإيراني. وقد لعبت الخليج دوراً مهماً في لفت الانتباه العربي إلى قضية الجزر ولم تستمر صحيفة الخليج طويلاً فقد تضافرت عوامل عديدة فنية ومحلية وإقليمية إلى جانب بعض الديون المستحقة عليها لصالح المؤسسة التي تطبع الخليج مع ضعف الإمكانات مما أدى إلى توقفها بعد صدور العدد (375) يوم 29/ 2/ 1972[3].

وكان المسار القومي واضح على الجريدة من خلال إطلاق حملاتها (حملة الخليج

---

(1) صحيفة البيان: العدد الصادر بتاريخ 17/ 4/ 2002.

(2) أحمد نفادي: صحافة الإمارات - النشأة والتطور الفني والتاريخي، ط 1، أبو ظبي (الإمارات العربية المتحدة)، منشورات المجمع الثقافي، 1996، ص 113.

(3) المصدر نفسه، ص 115.

والجمعيات الخيرية لدعم أهلنا في فلسطين)؛ لكي يواصل الشعب الفلسطيني مسيرته المظفرة نحو دولته المستقلة وعاصمتها القدس الشريف[1] وكذلك حملة، (حاكموا شارون) نتيجة مجزرة مخيم جنين والتي ذبح فيها المئات من أبناء الشعب الفلسطيني[2].

وتعد جريدة (الخليج) الإلكترونية رائدة الصحافة العربية على الإنترنت من حيث التأسيس، فهي أول صحيفة خليجية عربية تؤسس لها موقعاً على الشبكة وكان ذلك في شهر أيلول 1/9/1995 لتأتي بعدها في الشهر العاشر من نفس السنة صحيفة النهار اللبنانية وتلتحق بهما في شهر كانون الأول 1995 صحيفة الشرق الأوسط اللندنية. ويغطي موقع (الخليج) جزءاً من مضمون النسخة الورقية تحت النوافذ التالية: الصفحة الأولى، أخبار الدار، رأي ودراسات، أخبار وتقارير، اقتصاد، ثقافة، الرياضة، منوعات، كاريكاتير فضلاً عن موقع خاص يعرف بالجزر الإماراتية المحتلة.

إن صدور النسخة الإلكترونية للجريدة في وقت مبكر عربياً، وفي وقت عدم توافر أجهزة وتقنيات دعم اللغة العربية جعل من الخليج أن تبث بصيغة الصور وليس بصيغة النصوص، مما اثر تأثيراً سلبياً عليها وعدم الاستفادة من الإمكانيات الفنية التي يوفرها الإنترنت. فهي لا تحتوي على محرك بحث، وأرشيفها أسبوعي بالتقادم ومن ثم تحوله إلى أربعة أيام في 1/6/2002، ولا يمكن طباعتها إلا باستخدام برامج معالجة الصور وان مواضيعها خالية من التوثيق عند الطباعة اليومية كالتاريخ واليوم وعنوان الصفحة، ويمكن تجاوز ذلك بالدخول على الأرشيف أي بعد يوم من نزول الموقع فيشار في نهاية طبع الموضوع إلى رقم الخبر. والصفحة والتاريخ فقط. ونستطيع القول: أن جريدة (الخليج) في نسختها الإلكترونية خالية من أي مميزات للصحافة الإلكترونية، وهذا يعود أساساً إلى بث الموقع بصيغة الصور بالرغم من كونها أول صحيفة عربية على الإنترنت.

(1) www.alkhaleej.co.ae/f%2003.html

(2) http://194.170.160.33/WED:2002-04-17/ray%2001.html

تجربة صحيفة الاتحاد الإماراتية كصحيفة دولية

تعود البداية في إصدار صحيفة الاتحاد الإماراتية حين فكرت دائرة الإعلام والسياحة في إمارة أبو ظبي بإصدار صحيفة تغطي أخبار النشاطات المختلفة للإمارة، حيث صدر العدد الأول من صحيفة الاتحاد يوم الاثنين 20 تشرين الأول عام 1969 كصحيفة أسبوعية حكومية تصدر كل يوم خميس، في 12 صفحة بالقطع النصفي (التابلويد) أي بحجم (41×28 سم)،وكانت الصحيفة تتبع دائرة الإعلام من حيث الإدارة والدخل والإنفاق عليها بوصفها صحيفة رسمية في أبو ظبي وكانت أول صحيفة تستخدم الألوان الكاملة في الصور طبع من العدد الأول 500 نسخة ارتفع بعد ذلك إلى 1000 نسخة ثم إلى 5500 نسخة، وبدأت المسيرة وان كانت محدودة بسبب الطابع المحلي من الناحية الإخبارية بجانب المنافسة القوية للصحف المصرية واللبنانية والكويتية آنذاك، وكان التوزيع مجاناً مما كان يضفي عليها الصفة الرسمية[1].

واعتباراً من 22 كانون الثاني 1972 بدأت جريدة الاتحاد الإماراتية بالصدور

(1) إبراهيم راشد: التكنولوجيا والصحافة في دولة الإمارات العربية المتحدة، أبو ظبي، مؤسسة الاتحاد للصحافة والنشر والتوزيع، 1999، ص 31.

يوميا[1]. كانت المادة الصحفية بجريدة الاتحاد في بداية الأمر تجمع وتحرر بجهد فردي إضافة إلى الاستعانة بموظفي الدوائر الحكومية في جمع الأخبار وتغطية النشاطات الموجودة في أماكن عملهم وظل الاعتماد عليهم كصحفيين غير متفرغين حتى أوائل عام 1971 عندما تولى ستة أشخاص هذه المهمة بتكليف من دائرة الإعلام والسياحة. وكانت ترسل المادة الصحفية بالبريد إلى بيروت لتطبع هناك في المطبعة التجارية والصناعية، وتعاد النسخ إلى أبو ظبي ثانية لتوزع خلال أربعة أو خمسة أيام على الدوائر الحكومية[2]. لذلك كانت مادتها لا تتميز بالحالية الخبرية، ثم ما لبثت أن أصبحت تطبع في أبو ظبي في مطبعة نيتكو عام 1971، ثم مؤسسة أبو ظبي للطباعة والنشر (بن دسمال) في مطالع عام 1972، حينما تغير حجمها إلى قطع الصحف العادي وبدأت بالصدور اليومي. وأنشأت الاتحاد مطبعة خاصة أواخر عام 1978، واستقدمت لها محررين من مصر وسكرتارية للتحرير وظلت تصدر يومياً عدا يوم الجمعة. وانفصلت الاتحاد بعد ذلك التاريخ عن وزارة الإعلام إدارياً ومالياً وشكل لها مجلس إدارة برئاسة وزير الإعلام وعضوية عدد من الوزراء والشخصيات المحلية[3]. وأصبحت الاتحاد منذ عام 1978 جريدة شبه رسمية تتلقى دعماً حكومياً يبلغ 30 مليون درهم سنوياً، وأصدرت في ذلك الوقت مطبوعات خاصة بها تصدر أسبوعياً مثل مجلة للمرأة 1979، وأخرى للطفل 1980.

وقد اتخذت الاتحاد منذ عام 1988 مجموعة من الإجراءات من ضمنها استخدام احدث وسائل الاتصال وإصدار طبعات دولية لتوزيعها في الدول العربية، ونفذ

---

(1) د. خليل صابات وجمال عبد العظيم: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، مكتبة الأنجلو المصرية، 2001، ص 333.

(2) أحمد نفادي: مصدر سابق، ص 96 – 97.

(3) عزت علي عزت: الصحافة في دول الخليج العربي، مركز التوثيق لدول الخليج العربي، بغداد، مطبعة اليقظة، 1983، ص209.

مشروع الطبعة الدولية 20 حزيران 1988، وفي 1990 أضافت إلى الطبعة الإقليمية طبعتين دوليتين في باريس ولندن[1]. ويسجل لجريدة الاتحاد استعمالها لتقنية نقل المواد الصحافية بواسطة الأقمار الصناعية للمرة الأولى في البلدان العربية في عام 1981 عندما أنشأت مطبعة ثانية في دبي لتطبع الجريدة في كل من أبو ظبي ودبي في الوقت نفسه وذلك للتغلب على مشاكل تأخر التوزيع في الإمارات الشمالية. واليوم تمتلك الاتحاد واحدة من أحدث المطابع في الشرق الأوسط وينعكس ذلك على نوعية الطباعة التي تضاهي بجودتها الصحف الأجنبيّة. وتصدر صحيفة الاتحاد اليوم بحلة متطورة تتضمن 32 صفحة منها عدة صفحات بالألوان. ويعمل فيها اليوم ما يقارب المائة صحافي يتوزعون بين أبو ظبي ومكاتب في دبي والفجيرة ورأس الخيمة وسائر إمارات الدولة، إلى جانب مكاتب موزعة في بيروت والقاهرة ومراسلون في أنحاء العالم. ويعتمد الصحافيون في عملهم على أحدث التقنيات في غرفة أخبار مزودة بالأجهزة وآخر تقنيات التحرير، فقد اعتمدت صحيفة الاتحاد مؤخراً برنامج رابيد براوزر الخاص باستقبال أخبار وكالات الأنباء وتحريرها ومتابعتها حتى وصولها إلى مرحلة الطباعة[2]. ودخلت الاتحاد عالم الإنترنت اعتباراً من يوم الجمعة في 15 مارس 1996 لتكون بذلك أول صحيفة إماراتية تقدم هذه الخدمة[3].

---

(1) صحيفة الاتحاد: العدد الصادر بتاريخ 20/ 10/ 1999.

(2) موقع صحيفة الاتحاد الإماراتية http://www.alittihad.ae/aboutus.php

(3) عبد العزيز خلف خليل الجبوري: معالجة الصحافة الإماراتية للاحتلال الأمريكي للعراق للفترة من 1/ 3/ 2003/ إلى 31/ 1/ 2005 رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى معهد الدراسات والبحوث العربية، القاهرة، 2010، ص 21.

نظريات الصحافة الدولية وعلاقتها بالسلطة

في تفسير علاقة الصحافة الدولية بالسلطة في المجتمع عبر التاريخ، ظهرت مجموعة من النظريات التي تفسر تطور الصحافة الدولية ودورها في المجتمع، وعلاقتها بالسلطة الحاكمة، ومن أبرز هذه النظريات:

1- نظرية السلطة:

نشأت هذه النظرية في القرنين السادس عشر والسابع عشر في إنكلترا وتستند إلى فلسفة السلطة المطلقة للحاكم، ويظهر ذلك في نظريات أفلاطون، وأرسطو، وميكيافيلي وهيجل. وكان غرضها الرئيسي هو حماية وتوطيد سياسة الحكومة القابضة على زمام الحكم وخدمة الدولة. وفي ضوء هذه النظرية فان الذي يعمل، في الصحف ويصدرها هو من يستطيع الحصول على ترخيص من الحاكم.

تمثل نظرية السلطة أول نظرية جسدت العلاقة بين الصحافة والمجتمع، بعد أن ظهرت الصحافة كوسيلة إعلامية في المجتمعات الأوربية. وحيث إن الريبة والشك كان هو أساس هذه العلاقة، حيث إن الحكومات الأوربية والكنيسة المسيحية وضعت القيود، وعرقلت مساعي الصحافيين والناشرين في أن يمارسوا دورهم الصحافي في النشر والحصول على المعلومات التي تقتضيها مهنة الصحافة والنشر. وقد عاشت

أوروبا خلال القرنين السادس عشر والسابع عشر تحت هيمنة الحكومات السلطوية إلى أن تحررت من هذا الاستبداد بفعل الفكر التنويري الذي تأسست عليه بناءات وهياكل مؤسسية جديدة. ولكن الفكر والممارسة السلطوية كانت الأساس الذي اعتمدته الدول النامية، وبالذات حديثة العهد بالاستقلال من الاستعمار الأوربي. وتبنت هذه النظرية كثير من الأنظمة السياسية في دول العالم النامي، التي حرصت على أن السيطرة والتحكم في وسائل الإعلام من خلال إما فرد أو نخبة سلطوية. وتشرف الحكومة في ضوء هذه النظرية على الصحف، وتفرض الرقابة عليها. ويحظر في إطار هذه النظرية نقد الجهاز السياسي والموظفين الرسميين. وملكية الصحف قد تكون خاصة أو عامة، وتكون أداة لترويج سياسات الحكومة ودعمها. وترى النظرية أن الصفوة، التي تحكم الدولة، هي التي تملك أن توجه العامة، التي لا تعد مؤهلة لاتخاذ القرارات السياسية. وأن الشخص الذي يعمل بالصحافة، يكون عمله هذا، بمثابة امتياز خاص، يمنحه إياه القائد، لذلك فهو مدين بالالتزام للقائد وحكومته. وحرية وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية تتحدد بالقدر الذي تسمح به القيادة الوطنية في أي وقت. وقد أعادت بعض مراكز الأبحاث الأوربية عام 2010 الحياة لنظرية (الحاكم المستبد المستنير)، التي كان من ابرز نموذجها الملك فريدريك الثاني (ملك بروسية) الذي دام حكمه من سنة 1740 إلى سنة 1786 وكان يعد نفسه (الخادم الأول) للدولة، ويجب عليه تقديم الحسابات لرعاياه، شعاره العمل الدائب، وتتضافر في شخصيته الكادحة إدارة الأمور الداخلية والمالية والخارجية والعسكرية، لتثبيت شخصية الدولة ونماء قوتها. أما النموذج العربي الذي جاهر بهذه النظرية فهو المصلح الشيخ محمد عبده للتخلص من نير الحكم العثماني.

2- نظرية الحرية أو النظرية الليبرالية:

تعود هذه النظرية بشكل أساسي إلى عصر النهضة الأوروبية وبالتحديد القرنين الثامن عشر والتاسع عشر إذ بلور عدد من المفكرين الأوربيين، كثيراً من المبادئ التي تحدت الأفكار السلطوية التي سادت حتى بداية عصر النهضة الأوروبية. حيث

ارتبطت حرية الصحافة بالفلسفات الغربية التي نادت بحرية الفرد، وقمع الاستبداد، وعارضت تفرد الآراء. ومن أشهر الفلاسفة الذين كتبوا في هذا المجال جون ستيورت ميل الذي أوضح في كتابه (عن الحرية) أن تخريس الرأي هو سطو على البشرية جمعاء.. ويضيف أن الرأي الذي يتم خنقه إذا كان صائباً نكون قد خسرنا هذا الرأي، وإذا كان هذا الرأي خاطئا نكون قد خسرنا معركة وميكانيزمات الصراع بين الخطأ والصواب، والتي تولد بالضرورة الرأي الصواب.. وهذا ما عناه المفكر الإنجليزي جون ميلتون (بميكانزمات التصحيح الذاتي) والتي تعني أن الفكرة الصائبة هي التي تتفوق وتتجاوز الفكرة الخاطئة عندما تتاح الفرصة للفكرتين بالتداول والانتشار، أي أنه يطرح فكرة (السوق الحرة للأفكار) كآلية لتدوال وصراع الأفكار[1]. ويؤكد جون ميلتون في هذه النظرية إن حرية النشر، بأي واسطة، ومن قبل أي شخص، مهما كان اتجاهه الفكري، حق من الحقوق الطبيعية، لجميع البشر، ولا نستطيع أن نقلل من حرية النشر، بأي شكل، وتحت أي عذر.

لم يتحقق الانتصار الأول للنظرية الليبرالية على النظرية السلطوية أو نظرية السلطة إلاّ خلال القرن الثامن عشر، حين أصدر البرلمان البريطاني قراراً أكد على حظر أية رقابة مسبقة على النشر كما أباح للأفراد إصدار الصحف من دون الحصول على ترخيص من السلطة. وقد جاء هذا التعاون نتيجة لأفكار المفكر الإنجليزي بلاكستون الذي أكد أن حرية الصحافة ضرورية، لوجود الدولة الحرة، وذلك يتطلب عدم وجود رقابة مسبقة، على النشر ولكن يمكن أن يتعرض الصحفي للعقاب بعد النشر، إذا تضمن هذا النشر جريمة وكل إنسان حر أن ينشر ما يشاء، على الجمهور ومنع ذلك يعد تدميراً لحرية الصحافـة. وجاء دستور الولايات المتحدة الأمريكية ليحظر بشكل كامل تدخل الدولة في مجال حرية الصحافة، إذ نص على أنه يحظر على الكونجرس أن يصدر أي قانون يقيد حرية التعبير والصحافة. وتقوم أفكار الليبراليين على أسس أنه

---

(1) McQuail, Denis: Mass Communication Theory (4th edition), London: Sage Publications. 2000, p.147.

لابد من تقديم كل أنواع المعلومات والأفكار للجمهور، وأن النقد الحر ضرورة لتحقيق الرفاهية والتقدم، وأن الجماهير مجتمعة، أو أغلبيتها تستطيع اتخاذ القرارات التي تكون دائماً أقرب إلى الحقيقة، وهذه الثقة بالجماهير تجعلها قادرة على انتخاب ممثليهم وتوجيههم وتغييرهم عندما يكون ذلك ضرورياً. ويحدد المفكر الإعلامي السويدي دينيس ماكويل العناصر الرئيسية لنظرية الحرية، فيما يأتي:

أ- إن النشر يجب أن يتحرر من أية رقابة مسبقة.

ب- إن مجال النشر والتوزيع يجب أن يكون مفتوحاً، لأي شخص، أو جماعة من دون الحصول على رخصة مسبقة من الحكومة.

ج- إن النقد الموجه، إلى أية حكومة، أو حزب سياسي أو مسؤول رسمي، يجب ألاّ يكون محلاً للعقاب، حتى بعد النشر.

د- أن لا يكون هناك أي نوع من الإكراه أو الإلزام بالنسبة للصحفي.

هـ- عدم وجود أي نوع من القيود على جمع المعلومات ونشرها بالوسائل القانونية.

و- أن لا يكون هناك أي قيد على تلقي أو إرسال المعلومات عبر الحدود القومية.

ز- يجب أن يتمتع الصحفيون بالاستقلال المهني داخل مؤسساتهم الصحفية.

وقد أسهمت النظرية الليبرالية بشكل كبير في تحرير الصحافة من سيطرة الدولة، فأنهت وجود الكثير من القيود التي تفرضها السلطة على الصحافة، واستطاعت دول الشمال (أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية) أن تتمتع، خلال القرن التاسع عشر وحتى منتصف القرن العشرين بقدر كبير من التعددية والتنوع في مجال الصحافة، واستطاعت الصحافة أن تدير في هذه المجتمعات مناقشة حرة بين كافة الاتجاهات السياسية، وأن تنقل هذه المناقشات إلى الجماهير، وهو ما أسهم في تقدم هذه المجتمعات وزيادة حيويتها. ولكن أوضاع الصحافة في أوروبا، وأمريكا خلال النصف الثاني من القرن العشرين ابتعدت بشكل كبير عن تلك الأفكار الليبرالية، فتناقصت تعددية الصحف وقل تنوعها، وقلت بالتالي قدرتها على القيام بوظائفها، في الوفاء بحق

الجماهير في المعرفة، وإدارة المناقشة الحرة، في المجتمع، ونقلها للجماهير. وقد لعب تزايد الاتجاه إلى الاحتكار والتركيز في ملكية الصحافة دوراً أساسياً في تعريض هذه النظرية للنقد، من كافة الاتجاهات السياسية. وبرزت رؤية أخرى حتى من جانب المؤمنين بهذه النظرية تقول: (إن حرية الصحافة وحرية التعبير، لا يمكن ضمانها، إلاّ في حالة ما يكون إنتاج الأفكار وتوزيعها، بعيداً عن السيطرة الرأسمالية من ناحية، والسيطرة البيروقراطية السياسية، من ناحية أخرى).

3- نظرية المسؤولية الاجتماعية

تنطلق هذه النظرية من محاولة إيجاد توازن بين مفهومي الحرية والمسؤولية. ونظراً لتزايد النقد ضد الصحافة مع مطلع القرن العشرين وخلال العقود الأولى منه نتيجة اعتماده على الإثارة والمنطق التجاري، ونتيجة الاحتكارات والانحيازات السياسية لهذه المؤسسات في الولايات المتحدة، تكونت لجنة خاصة عام 1942 برئاسة روبرت هوتشنز رئيس جامعة شيكاغو. وقد وضعت هذه اللجنة نصب عينيها مهمة التحقيق في هل أخفقت أو نجحت الصحافة الأمريكية في أداء دورها الاجتماعي، وتحديد أين مواقع الحرية التي ينبغي على الصحافة أن تتوقف عندها، وما تأثير الضغوط الحكومية أو الإعلان التجاري على حرية العمل الصحفي؟.

وبعد نهاية الحرب العالمية الثانية تشكلت لجنة حرية الصحافة من اثني عشر أستاذاً أكاديمياً، يرأسهم البروفسور روبرت هوتشنز. وضمت بين أعضائها أبرز نقاد الصحافة الأمريكية مثل وليم ديفرز وتيودور بترسون. وأجرت اللجنة دراستها على الصحافة الأمريكية، بتمويل من مجلة تايم الأمريكية، ودائرة المعارف البريطانية، وقدمت تقريرها، في كتاب أعدته اللجنة كاملة، عام 1947، بعنوان: (صحافة حرة مسؤولة) ولقيت دعوة اللجنة إلى صحافة حرة ومسؤولة، صدى داخل الولايات المتحدة وخارجها، في بلدان أوروبا، وعلى رأسها المملكة المتحدة فتشكلت اللجنة الملكية الأولى للصحافة، عام 1949، ودعت إلى التزام العاملين في الصحافة بمسؤوليتهم الاجتماعيـة وتشكيل مجلس للصحافة. ونص تقرير لجنة حرية الصحافة، لعام 1947،

على أن صناعة الإعلام، في الولايات المتحدة يجب أن تستمر في يد القطاع الخاص، واضعة في اعتبارها المصلحة العامة. ووضعت اللجنة مجموعة تصورات، حول وظائف الصحافة، في المجتمع الحديث، وعدد من التوصيات للحكومة، والمؤسسات. فمن حيث وظائف وسائل الإعلام، في المجتمع المعاصر، رأت اللجنة أن الصحافة يجب أن تقوم بالوظائف الآتية:

أ - تقديم تقرير صادق وشامل وذكي عن الأحداث اليومية.

ب- أن تعمل كمنبر لتبادل التعليق والنقد.

ج- أن تقدم صورة للجماعات المتنوعة التي يتكون منها المجتمع.

د- أن تبرز أهداف المجتمع وقيمه وتوضحهما.

هـ- أن توفر معلومات كاملة عما يجري يومياً.

وأوصت لجنة حرية الصحافة الحكومة، بتطبيق الضمانات الدستورية، لحرية الصحافة، وأن تعمل على تسهيل ظهور وسائل إعلام جديدة، واستمرار المنافسة، بين الوسائل القائمة، كما طالبت اللجنة بإلغاء التشريع، الذي يحظر على الأفراد مساندة إجراء تغييرات ثورية على المؤسسات القائمة؛ لأن هذا التشريع يهدد المناقشات السياسية والاقتصادية. وأوصت اللجنة المؤسسات الإعلامية بتقديم خدمة، تتسم بالتنوع، والكم الملائم لاحتياجات الجماهير، فضلاً عن زيادة مراكز الدراسة الأكاديمية، والبحث والنشر، في مجال الإعلام، وإنشاء هيئة جديدة مستقلة، لتقييم أداء الصحافة لعملها، وتقديم تقرير سنوي حول هذا الأداء. كما أوصت اللجنة العاملين، بمجال الإعلام، بالنقد المتبادل، وأن يقبلوا مسؤوليتهم كناقل عام للمعلومات والمناقشة. كما قدم أستاذ أمريكي، هو كيرتس مونتجري، في كتابه (مسؤولية رفع المعايير) رؤية جديدة للمسؤولية تقول: إنه إذا قامت الصحافة بإعلام الناس، والمحافظة على خصوصيتهم ومراعاة قيمهم فهذه نصف المسؤولية، ولكن النصف الآخر هو بيان مسؤولية الجماهير، تجاه المادة المذاعة، التي هي بدورها تجاه أنفسهم، إذ يجب، على الجمهور، ألاّ يتعامل مع ما يقدم، من خلال الصحافة والتليفزيون، على أنه

وجبة، كتلك التي يشتريها من السوبر ماركت، بل عليه أن يدرك الوقائع، ولا يتقبلها كما يقرأها أو يسمعها، بل يزن الأفكار، التي تتفق، أو تختلف، مع ميوله ويضع افتراضاته الأساسية محلاً للنقاش.

ويساوي روبرت راي، في كتابه (مسؤولية الجرائد) بين المسؤولية الاجتماعية، وصدق الأخبار والحيدة، لأنها أساس حق القراء في المعرفة، ثم المناقشة الديمقراطية في المجتمع والتي تسهم في تطويره. ويلخص دينيس ماكويل المبادئ الأساسية، لنظرية المسؤولية الاجتماعية، في الجوانب الآتية:

أ - إن الصحافة وكذلك وسائل الإعلام الأخرى، يجب أن تقبل وأن تنفذ التزامات معينة تجاه المجتمع.

ب- يمكن تنفيذ هذه الالتزامات من خلال الالتزام بالمعايير المهنية، لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن.

ج- لتنفيذ هذه الالتزامات يجب أن تنظم الصحافة نفسها بشكل ذاتي.

د- إن الصحافة يجب أن تتجنب نشر ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة، والعنف والفوضى الاجتماعية، أو توجيه أية إهانات إلى الأقليات.

هـ- إن الصحافة يجب أن تكون متعددة وتعكس تنوع الآراء وتلتزم بحق الرد.

و- إن للمجتمع حقاً على الصحافة، في أن تلتزم بمعايير رفيعة في أدائها لوظائفها.

ز- إن التدخل العام يمكن أن يكون مبرراً لتحقيق المصلحة العامة.

ويلاحظ أن هذه النظرية قد طرحت بعض الحلول التي تتمثل في تنظيم مهنة الصحافة من خلال إصدار مواثيق شرف مهنية، لحماية حرية التحرير الصحفي، والممارسة الصحفية، وإصدار قوانين للحد من الاحتكار، وإنشاء مجالس للصحافة، وإنشاء نظام لتقديم إعانات للصحف. ولكن مجمل الأفكار التي طرحتها هذه النظرية لم تكتمل أمامها فرصة التنفيذ، بشكل تام، فقد نظر الصحفيون الأمريكيون إلى هذه الأفكار على أنها تمثل اتجاهاً نحو الاشتراكية وخطراً على حرية الصحافة. كما قوبلت هذه الأفكار

بمعارضة عنيفة من مجموعات ملاك الصحف. ومع ذلك يمكن القول أن نظرية المسؤولية الاجتماعية قد حققت بعض النتائج الإيجابية، في بعض دول أوروبا، مثل السويد، التي واجهت حظر سيطرة الاحتكارات على صحافتها بإنشاء نظام لتقديم إعانات حكومية للصحف، بهدف المحافظة على التنوع الصحفي مما أدى خلال حقبة الستينات من القرن الماضي، إلى المحافظة على بقاء كثير من الصحف الصغيرة في السويد. ولقيت فكرة تقديم معونات للصحف رفضاً شديداً، في بريطانيا وغيرها، من دول أوروبا خوفاً من استغلال الحكومات لها، في التدخل في شؤون الصحافة. كما صدرت قوانين للحد من الاحتكار والتركيز في ملكية الصحافة، في بريطانيا وفرنسا لكنها لم تستطع أن توقف تزايد معدل التركيز والاحتكار أو تحافظ على بقاء الصحف الصغيرة.

4- النظرية الشيوعية

شهد الربع الأول من القرن العشرين ميلاد نظرية الصحافة الشيوعية. والتي يُعدّ كارل ماركس الأب الروحي لهذه النظرية متأثراً بفلسفة زميله الألماني، جورج هيجل. وترتكز هذه النظرية على أن وظائف وسائل الإعلام، في المجتمع الشيوعي، هي نفسها وظائف الجهاز الحاكم، أي دعم بقاء وتوسع النظام الاشتراكي، وأن هذه الوسائل يجب أن توجد، لنشر السياسة الاشتراكية، وليس لها أن تبحث عن الحقيقة. وفي ظل هذه النظرية، فإن وسائل الإعلام الجماهيرية تعد أدوات للحكومة، وجزءاً، لا يتجزأ، من الدولة، والدولة تملك وتقوم بتشغيل هذه الوسائل، والحزب الشيوعي هو الذي يقوم بالتوجيه، وتسمح النظرية الشيوعية بالنقد الذاتي (مثل الحديث عن الفشل في تحقيق الأهداف الشيوعية). وتفترض النظرية الشيوعية أن الجماهير أضعف وأجهل من أن تحاط علماً بكل ما تقوم به الحكومة. ووسائل الإعلام يجب أن تعمل دائماً من أجل الأفضل، والأفضل عادة، هو ما تقوله القيادة ويتفق، بطبيعة الحال، مع خط النظرية الماركسية، ومن ثم فإن كل ما تفعله وسائل الإعلام كي تدعم وتساهم في إنجاح الشيوعية يعد أخلاقياً في حين أن كل ما تفعله لعرقلة الإنجاز الشيوعي يعد غير أخلاقي.

وبعد تفكك الإتحاد السوفيتي وانهيار الكتلة الاشتراكية في أوروبا، لم تعد هناك

امتداد لهذه النظرية سوى في ثلاث دول من دول العالم، هي الصين، وكوريا الشمالية، وكوبا. وتحمل هذه النظرية أسساً فكرية مبنية على كتابات كل من ماركس وإنجلز على المستوى النظري، وعلى لينين على المستوى التطبيقي. وتتأسس النظرية الشيوعية (إحدى النظريات الأربع في الصحافة وكانت تسمى بالنظرية السوفيتية الشيوعية) على فكرة أن تكون الصحافة والإعلام أداة من أدوات الحزب الشيوعي الحاكم. ولهذا فان الحزب هو الذي يتحكم تحكما كاملا في مجريات الشأن الإعلامي في الدول الشيوعية. وتعمل وسائل الإعلام الشيوعية على تربية الشعب على المسار الاشتراكي، وتقوية القناعات الشعبية بالفكر الشيوعي السائد، ومحاربة الفكر المضاد الذي تمثله الرأسمالية الغربية.

وتتفق النظريتان السلطوية والشيوعية في محورية المجتمع – وليس الفرد – كأساس لتبرير السيطرة والتحكم في وسائل الإعلام. فمصلحة الجماعة وهيمنة الدولة تتجاوز مصلحة الفرد، لكن الاختلاف بينهما يأتي في جانب ملكية وسائل الإعلام، فالنظرية السلطوية تتيح الملكية الخاصة لوسائل الإعلام، بينما ملكية وسائل الإعلام في المجتمع الشيوعي هي من اختصاص الحزب الشيوعي الحاكم.

5- نظرية المسؤولية الدولية للصحافة

قدم الدكتور مختار التهامي، عام 1958، مشروع دستور دولي للصحافة يمثل نظرية جديدة من نظريات الإعلام، يطلق عليها اسم نظرية المسؤولية الدولية، والدولية، مضيفاً بذلك، نظرية خامسة، إلى نظريات الإعلام الأربع، المعروفة وقتها، وهي: نظرية السلطة، والنظرية الليبرالية، ونظرية المسؤولية الاجتماعية، والنظرية الاشتراكية. وتقوم نظرية المسؤولية الدولية والدولية للصحافة، على مطلب أساسي، وهو أن تخلع الصحافة رداء السلبية عنها، وأن تدخل ميدان المعركة الدولية الكبرى، بين أعداء الإنسانية، وأصدقائها، لكي تلعب الدور الإيجابي، الذي يحتمه عليها الارتباط الوثيق، بين تاريخ الصحافة، وكفاح الشعوب، وتقدمها في مدارج الديمقراطية الحقيقية. وتلقي النظرية على كواهل الأسرة الصحفية الدولية، مسؤولية ضخمة، وتطالبها، باسم شرف المهنة الصحفية، وباسم الإنسانية، وباسم الشعوب التي وثقت فيها،

واعتمدت عليها، ألاّ تخون هذه الشعوب، في هذه المرحلة الحرجة، من تاريخ المجتمع الدولي الحديث، بل من تاريخ الجنس البشري، بأجمعه، وأن تتقدم إليها، بالحقيقة كاملة عن الأوضاع والتيارات، التي تسيطر على مجتمعنا الدولي المعاصر، وتتحكم في حياة الملايين ورفاهيتهم وطمأنتهم، دون مجاملة لأحد، أو ضغط من أحـد. وأُطلق على هذا المشروع نظرية المسؤولية الدولية والدولية، وهو ينقسم إلى أربعة أقسام، هي:

- أولاً: تصريح صحفي عالمي إلى جميع شعوب العالم يدعوها إلى اتخاذ مواقف إيجابية مشتركة معينة لتأكيد السلام والرفاهية الدولية، وهذا التصريح يستمد وجوده من دراسة الحقائق السياسية والاقتصادية والنفسية الدولية المعاصرة.
- ثانياً: ميثاق شرف دولي يرتبط به الصحفيون أنفسهم ويستقي مواده من هدى التصريح سالف الذكر، ومن هدى البحث الذي قدمه.
- ثالثاً: مشروع اتفاقية دولية ترتبط بها حكومات العالم، لتأمين حرية الصحافة.
- رابعاً: مجموعة من التوصيات مقدمة إلى الأمم المتحدة، وفروعها.

6- نظرية الصحافة التنموية:

تمثل نظرية الصحافة التنموية أو الإعلام التنموي محاولة جادة لمواجهة الاندفاع نحو الاستعمار الالكتروني ويعتقد الباحثون وفقاً لهذه النظرية أن متطلبات الصحافة الناشئة تختلف عن متطلبات الصحافة الناضجة. والصحافة التنموية هي المفهوم الذي يحاول التعامل مع الاحتياجات والإمكانات والآمال الصحفية التي صاحبت ظهور الدول النامية، كما أنها تمثل نظرية إعلامية تشجع الصحافة على الالتزام بالأولويات والأهداف التي تضعها الحكومة. وتفترض هذه النظرية أن كل الجهود بما فيها جهود وسائل الإعلام المحلية يجب أن تعمل وتصب في اتجاه دعم الأهداف الوطنية[1]. ولا

---

(1) توماس. ل. ماكفيل: الإعلام الدولي – النظريات،الاتجاهات، والملكية، ترجمة د.حسني محمد نصر وعبد الله الكندي، العين (الامارات)، دار الكتاب الجامعي، 2003، ص 59.

تزال هذه النظرية عبارة عن مجموعة من الآراء والتوصيات، الملائمة لكافة وسائل الإعلام ووظائفها، في الدول النامية. وتكتسب هذه النظرية وجودها المستقل عن نظريات الصحافة الأخرى، من اعترافها وقبولها للتنمية، وتأكيدها على هوية الأمة، ووحدتها وتماسكها، ورفضها التبعية والسلطوية المتعسفة. وصحافة التنمية كما يعرفها ليونارد سوسمان، هي تركيز الصحفيين الموضوعيين، على أخبار أحدث التطورات، في مجالات التنمية المختلفة، الأمر الذي يؤدي إلى نجاح التنمية الاقتصادية، وتحقيق الوحدة الوطنية، أو هي: استخدام الحكومة لمنافذ الاتصال، لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتتطلب صحافة التنمية من الصحف، كما يقول ناريندر اجاروالا، أن تتفحص بعين ناقدة، وتقييم وتكتب، عن مدى ارتباط المشروع التنموي، بالحاجات المختلفة والقومية، وتتفحص الاختلافات بين الخطة وتطبيقها، والاختلاف، بين آثارها على الناس، في تصريحات المسؤولين، وبين آثارها الفعلية. ويلاحظ التناقض بين الاستخدام الحكومي للصحافة، في خدمة التنمية، وبين الدور الرقابي للصحافة؛ ففي ظل السيطرة الحكومية، يتراجع النقد وتتحول أخبار التنمية، إلى دعامة سياسية للحكومة وقيادتها. ولعل هذا التناقض هو الذي دعا المفكر الإعلامي الإنجليزي، أنتوني سميث، إلى التأكيد على ضرورة التفرقة، بين صحافة التنمية والاتصال في خدمة التنمية، إلاّ أنه يرى أن المفهومين يتداخلان، في إطار السيطرة الحكومية. وهو ما يؤكده، كالريب راميال، مشيراً إلى تساند مفاهيم "صحافة التنمية"، و"الصحافة الموجهة"، و"الاتصال في خدمة التنمية. ووفق النظرية التنموية، تتلخص مهام وسائل الإعلام، في عملية التنمية، في النقاط الآتية:

- تشكيل اتجاهات الشعب، وتنمية هويته الوطنية.
- مساعدة المواطنين، على إدراك، أن الدولة الجديدة قد قامت بالفعل.
- انتهاج سياسات، تقررها الحكومة، بهدف المساعدة، في تحقيق التنمية الوطنية.
- تشجيع المواطنين، على الثقة بالمؤسسات، والسياسات الحكومية، مما يضفي الشرعية على السلطة السياسية، ويقوى مركزها.

- الإسهام في تحقيق التكامل السياسي والاجتماعي، من خلال بحث الصراعات السياسية والاجتماعية، وإحباط أصوات التشرذم والتفرقة، والتخفيف من التناقضات، في القيم والاتجاهات، بين الجماعات المتباينة.
- المساعدة في الاستقرار، والوحدة الوطنية، وتغليب المصلحة الوطنية على المصلحة الذاتية.
- إبراز الإيجابيات، وتجاهل السلبيات، وتقليل حجم النقد إلى أدنى حد.

وصحافة التنمية هي النتيجة الطبيعية للصحافة الثورية، فهي تسعى إلى خلق أمة جديدة وتنميتها. ويرى بعض الباحثين أن الصحافة الثورية وصحافة التنمية، من الضرورات الأساسية لقيادة معركة تحرير بلد من البلدان، من السيطرة الأجنبية، وهما يمثلان مصدر فزع، لمؤيدي الوضع الراهن، والمدافعين عنه، وهذان النمطان من أنماط الصحافة قد يتسمان، في بعض الأحيان، بالحماس العاطفي، والابتعاد عن الموضوعية، بل وحتى الميل إلى الجدل العنيف، والعدوانية.

وتتوخى النظرية التنموية المعالجة المتأنية للأخبار المثيرة، وترى أن نشرها وبثها ربما يأتي بنتائج سلبية على المجتمع أو على الأوضاع السياسية والاقتصادية بشكل خاص، إذ لا تؤمن هذه النظرية بمقولة إن الأخبار السيئة هي أخبار جيدة من وجهة النظر الإعلام bad news is good news لأنها تستدعي عناوين كبيرة ومساحات وصفحات كثيرة من التغطية الإعلامية. وفي المقابل، تتجه وسائل الإعلام التنموية إلى مفهوم التغطيات الإيجابية، أو ما يسمى بالإخبار الجيدة good news نظرا لكونها تدعم الأوضاع الداخلية في تلك المجتمعات، وتعطي أولويات رئيسة للثقافات المحلية.

وقد تعرضت النظرية التنموية للنقد من أنصار النظريات الليبرالية على خلفية أن كل ما تقوم به وسائل الإعلام في الدول النامية طبقا لهذه النظرية ليس إلا رقابة مباشرة وتشويشا على مصداقية وسائل الإعلام. وهذا ما حدا بوكالات الأنباء العالمية ووسائل الإعلام الدولية إلى إهمال الأخبار والتقارير التي تأتي من وسائل الإعلام في الدول

النامية، بحجة أنها مواد دعائية لا تستحق النشر أو البث[1].

7- نظرية المشاركة الديمقراطية

تعد هذه النظرية أحدث إضافة إلى نظريات الصحافة، وأضعفها تحديداً، فهي تفتقر، حتى الآن، إلى وجود حقيقي، في المارسات المختلفة، للمؤسسات الإعلامية، فضلاً عن أن بعض سياساتها تتضمنها نظريات الصحافة الأخرى.

برزت هذه النظرية من واقع الخبرة العملية، كاتجاه إيجابي، نحو ضرورة وجود أشكال جديدة، في تنظيم وسائل الإعلام، كما نشأت كذلك، كرد فعل مضاد للطابع التجاري، والاحتكاري لوسائل الإعلام المملوكة، ملكية خاصة، وتوجد هذه النظرية في المجتمعات الليبرالية المتقدمة، على الرغم من ارتباطها ببعض العناصر، التي تطرحها النظرية التنموية، خاصة ما يتعلق منها بالتأكيد على أسس المجتمع، والاهتمام بالاتصال الأفقي، بدلاً من الاتصال الرأسي، من أعلى إلى أسفل، والذي يعني سلبية مشاركة المتلقي، في عملية الاتصال، وهو اتجاه واضح تماماً، في الدول الأوروبية، خاصة دول اسكندنافيا، وبعض الدول الأوروبية الأخرى. وتعطي هذه النظرية أهمية قصوى لبدائل إعلامية جديدة بعيدة عن الوجه التجاري والاحتكاري البحت الذي تفيض به وسائل الإعلام الكبرى. وتؤكد هذه النظرية دور المستقبل الإعلامي في صناعة المادة الإعلامية – على عكس ما تقوم به وسائل الإعلام التقليدية في دور محوري للمرسل الإعلامي–. وتسعى النظرية إلى كسر الاحتكار الذي تؤسسه المنظمات الإعلامية الكبرى بإيجاد بدائل من وسائل الإعلام المحلية باستخدام الكيبل التلفزيوني ومحطات إذاعية وتلفزيونية وصحف محلية. ولتعزيز هذا الدور تعطى الجماعات المحلية والثقافات الفرعية أدوات إعلامية ليمارسوا دورهم في تعزيز ثقافتهم وحضورهم الاجتماعي، وهذا الدور موجود في حالات عديدة في الولايات المتحدة، ولكنه ممارسة معروفة

---

(1) Watson, James: Media Communication: An Introduction to Theory and Process (2nd edition). New York: Palgrave Macmillan , 2003 , p. 60.

بشكل خاص في الدول الإسكندنافية[1].

ويعبر مصطلح المشاركة الديمقراطية عن معنى التحرر، من الأحزاب السياسية القائمة، والنظام البرلماني الديمقراطي، الذي بدا وكأنه انفصل عن جذوره، وأنه يعوق المشاركة، في الحياة الاجتماعية والسياسية، بدلاً من أن يدعمها. وتنطوي هذه النظرية على آراء معادية لنظرية المجتمع الجماهيري، الذي يتسم بالتنظيم المعقد، والمركزية الشديدة، الذي فشل في أن يوفر فرصاً حقيقية للأفراد والأقليات، في التعبير عن اهتماماتها ومشكلاتها. وترى هذه النظرية أن الصحافة الحرة فاشلة، بسبب خضوعها لاعتبارات السوق، التي تفرغها من محتواها. وترى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية غير ملائمة بسبب ارتباطها ببيروقراطية الدولة. وترى أن التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام لم يمنع نمو مؤسسات إعلامية، تمارس سيطرتها من مراكز قوة في المجتمع. وفشلت وسائل الإعلام في مهمتها وهي تلبية الاحتياجات الناشئة من الحياة اليومية للمواطن. وهكذا فإن الفكرة الأساسية، في نظرية المشاركة الديمقراطية، تكمن في احتياجات ومصالح وآمال جمهور متلق نشط، في مجتمع سياسي، وحق المواطن، في استخدام وسائل الاتصال، من أجل التفاعل والمشاركة، على نطاق صغير في مجتمعه. ويعتقد مؤيدوها أن وسائل الإعلام، التي تنشأ، في ظل هذه النظرية، سوف تُعني أكثر بالحياة الاجتماعية، وتخضع لسيطرة مباشرة، من جمهورها، وتقدم فرصاً للمشاركة، على أسس، يحددها مستخدموها، بدلاً من المسيطرين عليها.

وتتلخص المبادئ الأساسية لهذه النظرية، في الأمور الآتية:

1- إن للمواطن الفرد، ولجماعات الأقليات، حق الوصول إلى وسائل الإعلام، واستخدامها، ولهم كذلك، الحق في أن تخدمهم وسائل الإعلام، طبقاً للاحتياجات، التي يحددونها هم.

---

(1) Baran, Stanley and Dennis Davis: Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future (3rd edition), Canada: Thomson-Wadsworth.2003 , p.118.

2- إن تنظيم وسائل الإعلام، ومحتواها، لا ينبغي أن يكون خاضعاً لسيطرة بيروقراطية حكومية، أو سياسية مركزية.

3- ينبغي أن توجد وسائل الإعلام، أصلاً، لخدمة جمهورها، وليس من أجل المنظمات، التي تصدر هذه الوسائل، أو المهنيين العاملين بها، أو عملائها، أو جمهورها.

4- إن الجماعات والمنظمات والتجمعات المحلية، ينبغي أن يكون لها وسائلها الإعلامية.

5- إن وسائل الإعلام، صغيرة الحجم، التي تتسم بالتفاعل والمشاركة، أفضل من وسائل الإعلام المهنية الضخمة، التي ينساب محتواها، في اتجاه واحد.

6- إن الاتصال أهم من أن يترك للمهنيين.

ويتمثل الوجود الفعلي لهذه النظرية، في الصحافة السرية، وما أُطلق عليه محطات راديو القراصنة، والتليفزيون اللاسلكي، في التجمعات المحلية ووسائل الإعلام، في التجمعات الريفية، ومنشورات الشوارع، والملصقات السياسية. ويتوقع البعض أن تفتح التطورات التكنولوجية آفاقاً أرحب، أمام هذه النظرية، من خلال إتاحة أجهزة النسخ، بأسعار منخفضة، والوصول إلى مزيد من قنوات الاتصال الإلكترونية، ويتوقع أن يظل تأثير هذه القنوات الجديدة، على أوضاع وسائل الإعلام، القائمة الآن، هامشياً، خلال المستقبل المنظور.

وقد تمخضت النظريات السبعة الآنفة الذكر عن ظهور مبادئ أخلاقيات الصحافة الدولية ومنها مبادئ أخلاقيات الصحافة في أمريكا، والمبادئ الدولية للأخلاقيات المهنية الصحفية التي حددها الاجتماع الرابع للصحفيين العالميين والإقليميين في باريس عام 1983 تحت رعاية منظمة اليونسكو. **ويمكن إيضاح تلك المبادئ كما يأتي:**

1- مبادئ أخلاقيات الصحافة في أمريكا:

حددت جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية مبادئ أخلاقيات المهنة الصحفية في بيان لها ورد على شكل ستة مواد هي[1]:

---

(1) جون ل. هاتلينج: أخلاقيات الصحافة، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، (د. ت)، ص 137.

المادة الأولى: المسؤولية:

إن الهدف الرئيسي من جمع الأنباء والآراء وتوزيعها هو خدمة الرفاهية العامة، وذلك عن طريق إمداد الناس بالمعلومات وتمكينهم من إصدار الأحكام حول قضايا العصر. والصحفيون والصحفيات الذين يسيئون استخدام هذه السلطة المتاحة لهم بحكم مهنتهم أو يوجهونها لدوافع أنانية أو لأغراض غير جديرة يكونون قد خانوا الثقة الممنوحة لهم من الرأي العام. إن الصحافة الأمريكية حصلت على حريتها لا لكي تقدم المعلومات فقط، أو لتصبح مجرد منصة للحوار، ولكن لكي تقدم أيضاً فحصاً دقيقاً ومستقلاً تعمل له قوى المجتمع المختلفة حساباً بما في ذلك السلطة الرسمية على جميع مستويات الحكومة.

المادة الثانية: حرية الصحافة:

إن حرية الصحافة هي من أجل الشعب، ويجب الدفاع عنها ضد أي انتهاك أو اعتداء من أي جهة سواء كانت عامة أم خاصة. وعلى الصحفيين أن يكونوا يقظين دائماً، وان يتأكدوا من أن كل ما يهم الجمهور يجب أن يتم علانية. وعليهم أن يكونوا حذرين من أي شخص أو أية جهة تحاول استغلال الصحافة لأغراض شخصية.

المادة الثالثة: استقلال الصحفي:

على الصحفيين أن يتجنبوا التصرفات غير اللائقة أو الظهور بمظهر غير لائق وعليهم أيضاً تجنب أي تضارب في المصلحة أو ما يدل على هذا التضارب، وعليهم إلا يقبلوا أي شيء، وألا يسعوا وراء أي نشاط قد يؤثر أو يبدو انه يؤثر في كراماتهم وأمانتهم.

المادة الرابعة: الصدق والدقة:

إن الحصول على ثقة القارئ هو أساس الصحافة الجيدة ويجب بذل كل جهد ممكن لضمان أن يكون المحتوى الإخباري للصحافة دقيقاً وخالياً من أي انحياز، وأن يكون في نطاق الموضوع، وأن تغطي القصة جميع الجوانب وأن تنشرها بعدالة. والمقالات والتعليقات أيضاً يجب أن تتمسك بنفس مبادئ الدقة في التعرض للحقائق مثلما تفعل القصة الإخبارية. أما الأخطاء الهامة في تقديم الحقائق والأخطاء التي تنجم عن الحذف فيجب تصحيحها فوراً وفي مكان بارز.

المادة الخامسة: عدم الانحياز الصحفي:

ليس معنى أن تصبح الصحافة غير منحازة أن تسكت عن السؤال أو أن تمتنع عن الإعراب عن رأيها في مقالاتها. ولكن الممارسة السليمة تتطلب أن يكون هناك فصل واضح بالنسبة للقارئ بين ما تقدم الصحيفة تقارير إخبارية، وبين الرأي فالمقالات التي تحتوي على آراء وتفسيرات شخصية يجب أن يتعرف عليها القارئ بوضوح في صفحة الرأي.

المادة السادسة: كتابة القصة الخبرية بإنصاف

يجب على الصحفيين أن يحترموا حقوق الأشخاص الذين لهم علاقة بالأخبار، وأن يراعوا المعايير المشتركة للأمانة والشرف، وإن يكونوا مسؤولين أمام الجمهور عن عدالة تقاريرهم الإخبارية ودقتها. كما أن الأشخاص الذين يتم اتهامهم علناً يجب إعطائهم حق الرد في أقرب فرصة. كما أن العهود التي يقدمها الصحفي بالحفاظ على سرية مصادر أخباره لابد من الوفاء بها مهما كان الثمن. ولهذا السبب يجب أن لا يقدم الصحفيون باستخفاف ما لم تكن هناك حاجة واضحة وملحة إلى الحفاظ على ثقة المصادر في الصحفي فان مصادر هذه الأخبار يجب الكشف عنها. هذه المبادئ الهدف منها حماية وتقوية رابطة الثقة والاحترام بين الصحفيين الأمريكيين وبين الشعب الأمريكي، وهي رابطة تعتبر أساسية لقاء منحة الحرية التي ائتمن مؤسسو أمريكا الصحافة والشعب على صيانتها.

2. مبادئ أخلاقيات الصحافة الدولية لمنظمة اليونسكو:

عقد الاجتماع الرابع للصحفيين العالميين والإقليميين في باريس عام 1983 اجتماعاً تحت رعاية منظمة اليونسكو، وحدد المبادئ الدولية للأخلاقيات المهنية الصحفية على النحو الآتي[1]:

---

(1) د. فاروق خالد: مصدر سابق، ص 105 – 106.

1- مبدأ حق الشعب في المعلومات الصادقة: وذلك من خلال إعلام دقيق وحرية التعبير من خلال وسائل الإعلام.

2- مبدأ التزام الصحفيين بالحقيقة الموضوعية: حيث أن مهمة الصحافة خدمة الشعب في تقديم معلومات صادقة وموثوقة.

3- مبدأ مسؤولية الصحفي الاجتماعية: حيث يتحمل الصحفي مسؤولية الأنباء التي ينقلها أمام وسائل الإعلام وأمام الجمهور.

4- مبدأ نزاهة الصحفي المهنية: فلا يقبل الصحفي تغليب مصلحته الشخصية على مبدأ النزاهة في تقديم أخبار صحيحة وموثوقة مع حقه بعدم العمل ضد معتقداته، وعدم الكشف عن مصادر المعلومات.

5- مبدأ حق الشعب في المعلومات والمشاركة: حيث يجب احترام مشاركة الشعب في وسائل الإعلام واحترام الرأي والرأي الآخر.

6- مبدأ احترام الخصوصية والكرامة الإنسانية: حيث يتوجب على الصحفي أن يحترم حق الفرد في الخصوصية تمشياً مع شروط القانون الدولي والوطني بخصوص حماية الحقوق وسمعة الآخرين.

7- مبدأ احترام مصلحة الشعب: إذ يتوجب على العاملين في الصحافة احترام مصالح المجتمع ومؤسساته وأخلاقياته.

8- مبدأ احترام القيم العالمية وتنوع الثقافات: يجب أن تعمل الصحافة على دعم القيم الإنسانية مثل السلام والديمقراطية وحقوق الإنسان واحترام القرارات الدولية ونزع السلاح وإحلال الأمن والاستقرار.

9- مبدأ القضاء على الحروب والشرور التي تواجه الإنسانية: عن طريق الحث على منع الحروب وسباق التسلح ورفض التمييز العنصري والعرقي والقومي والديني.

10- مبدأ تطوير نظام عالمي جديد للإعلام والاتصال: على أساس احترام العلاقات الدولية وتنميتها والتعايش باحترام بين الأمم والتعاون الدولي في مجال الإعلام الدولي.

الصحافة الأمريكية

من بين أهم الأسئلة التي وجهت إلى المهتمين بتاريخ وتطور الصحافة الدولية كانت عن الأسباب الحقيقية وراء تفوق الصحف الأمريكية على مثيلاتها من الصحف البريطانية والفرنسية والألمانية. وهنا لابد من العودة إلى تاريخ اكتشاف قارة جديدة وطموحة وهبت كل مواردها الضخمة لأبنائها الجدد الذين قدموا من كل بقاع العالم لكي يشكلوا شعباً واحداً. لقد ظهرت الطباعة في أمريكا الشمالية بصفة متأخرة سنة 1638. وقد تأثر ظهور الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية بتجربة الصحافة الأوروبية خاصة الانجليزية حيث أن اغلب المهاجرين كانوا إنكليز. وظهرت أولى الصحف الأمريكية المطبوعة في مدينة بوسطن عام 1690 بنشرة اسمها (الوقائع العامة الخارجية والمحلية) ولم يصدر منها سوى عدد واحد لأنها طبعت دون موافقة من السلطات. ومن أهم أسباب ظهور الصحف في ولاية بوسطن بخلاف غيرها من الولايات الأمريكية إنها كانت أولى المدن الأمريكية التي أنشأ فيها نظام البريد وكانت مركز استقبال وتجمع المهاجرين الجدد، وتميزت كذلك بكونها كانت مركز للتجارة بين المستعمرات ودول أوروبا فضلاً عن أن نسبة المتعلمين في بوسطن كانت مرتفعة مقارنة بالولايات الأخرى. وبعد أربعة عشر عاما، وفي 24 أبريل سنة 1704، أسس جون كامبل صحيفة (بوسطن نيوزليتر)، التي كانت تستقي أخبارها من لندن. ثم صدرت

عدة صحف في القرنين الثامن عشر وأوائل القرن التاسع عشر. وقد تعرضت الصحف لكبت الحكومات، وفرض الضرائب الباهظة عليها، مما حدا بها إلى الارتماء في أحضان الأحزاب السياسية لحمايتها، وأخذت الصحف تؤيد الفئات السياسية، وتتجنى على الحقائق. ولم يكن توزيع الصحف مرتفعاً، بل إن أكثر الصحف رواجاً كان لا يزيد توزيعها عن الأربعة آلاف نسخة إلا بقليل[1].

وفي بداية القرن التاسع عشر كان عدد الصحف الصادرة في الولايات المتحدة الأمريكية نحو 200 صحيفة، بل إنها بلغت 1403 صحيفة سنة 1840، ووصلت إلى 2800 صحيفة سنة 1850.وقد أدى الحلف الوثيق بين السياسة والصحافة إلى هبوط الصحف الحزبية إلى الدرك الأسفل في ميدان التهجم على الكرامات والتشهير والتحقير. وهكذا عرفت الصحافة في ذلك العصر باسم الصحافة السوداء. فلم يكن التحيز مقصوراً على المقالات والتعليقات، بل تجاوز ذلك إلى أعمدة الأخبار نفسها، مما جعل الصحيفة مجرد نشرة حزبية خالية من الفن الصحفي تماماً. ولم تكن الصحف في مستهل القرن التاسع عشر تباع إلا باشتراك سنوي، وكان ثمن الاشتراك في الجريدة يتراوح بين ثمانية دولارات وعشرة. وفي سنة 1830 حدث تطور جديد في سعر الجريدة، عندما أرادت (ديلي كورير) أن تخفض السعر إلى أربعة دولارات[2]. إلا أن الثورة الحقيقية في سعر الصحيفة الأمريكية، ثم في جماهيريتها وسعة انتشارها، قد نشبت سنة 1833 عندما أصدر هوراس جريلي أول صحيفة زهيدة الثمن وهي (مورننج بوست)، ومع أن التوزيع كان ضئيلاً، فقد ظهرت صحافة البنس الواحد لأول مرة في تاريخ أمريكا، وأصبحت الصحيفة في متناول الجميع. وبازدياد التقدم الآلي، وظهور الطابعات الحديثة، ارتفع توزيع الصحف، وبلغ توزيع (نيويورك هيرالد) 773 ألف نسخة يومياً. وبلغ توزيع (تربيون) 200 ألف نسخة. وعندما تحول

---

(1) د. إبراهيم إمام: دراسات في الفن الصحفي، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، (د. ت)، ص14.

(2) المصدر نفسه: ص 14.

الاهتمام من المقال إلى الخبر خلال الحرب الأهلية وبعدها، ارتفعت أرقام التوزيع مرة أخرى، وخاصة عندما دخل (جوزيف بوليتزر) و(وليام راندولف هيرست) إلى ميدان الصحافة الشعبية، وظهرت الصحافة الصفراء، وهي صحافة الإثارة الرخيصة. وما لبثت الصحافة أن سقطت في يد الاحتكارات الصحفية الضخمة، كما سقطت المشروعات الاقتصادية في أيدي الاحتكاريين، وهو الوضع الذي يتفاقم يوماً بعد يوم في الصحافة الأمريكية الحديثة. غير أننا نلاحظ أن ارتفاع التوزيع الضخم، وزيادة الإعلانات زيادة وفيرة، ورقي الأساليب الفنية والتكنولوجية، قد أثر تأثيراً بالغاً على الفن الصحفي الأمريكي وخاصة نتيجة للتفوق المذهل في فنون التصوير ونقل الصور سلكياً ولاسلكياً[1].

وقد ازدهرت الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية وكان من بين عوامل ازدهار وتفوق الصحف الأمريكية ما يأتي[2]:

1- تجاوز حالات العقد الاجتماعية والدينية التي تمنع من تقدم الصحف.

2- حالات التنافس الشديدة التي ظهرت في المجتمع الأمريكي الجديد.

3- توفير الموارد الأولية التي أسهمت في تطوير الصحافة.

4- تكثيف العقول الفذة التي جاءت من كل العالم وأنتجت العقل الأمريكي.

5- الإفادة من الثورة العظيمة في صناعة الحاسوب وتوفير بنوك المعلومات والتقدم الصناعي في ميادين صناعة الورق والكمائن والطباعة الحديثة.

6- سهولة الإجراءات والقوانين وتوفر الحريات الكبيرة للصحفيين.

وكان من نتائج ازدهار الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية ظهور أنواع جديدة من الصحف الأمريكية لم تظهر في أوربا وبقية البلدان ومنها الصحافة رخيصة الثمن

---

(1) د. إبراهيم إمام: دراسات في الفن الصحفي، مصدر سابق، ص 15.

(2) د. كاظم المقدادي: الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013، ص 31.

التي ظهرت في نيويورك كصحيفة (الصن) عام 1833 التي أحدثت نقلة نوعية في المضمون وتكلفة الإنتاج والجمهور المستهدف. وتعد الصحافة الصفراء هي الأخرى من نتائج ازدهار الصحافة الأمريكية التي ارتبطت تسميتها بالجرائم والفساد الأخلاقي والصور الإباحية. كذلك ظهور صحافة الجاز التي ظهرت بعد اختفاء الصحافة الصفراء خلال عشرينات القرن الماضي وسبب هذه التسمية يعود إلى الانتشار الكبير لموسيقى الجاز في تلك الفترة بدأت صحافة الجاز بإصدار الصحيفة النصفية (تابلويد): نيويورك دايلي نيوز والتي أخذت مضامين الصحيفة الصفراء. ومن الأنواع الأخرى للصحف الأمريكية التي ظهرت نتيجة لازدهار الصحافة الأمريكية ظهور السلاسل الصحفية كصحيفة (جانيت) التي تمتلك لوحدها (133) صحيفة إضافة إلى 9 محطات تلفزيونية و 11 محطة إذاعية. والسلاسل الصحفية التي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية هي اتجاه ملكية الصحف لعدد من الأشخاص والشركات نتيجة التنافس الكبير بين الصحف بعضها البعض والمحطات التلفزيونية ومنها (سلسلة صحف جانيت). وقد ظهرت المجلات وفي عام 1883 ظهرت المجلة النسائية الأولى التي أسستها المسز كيرتس وفي عام 1893 صدرت مجلة الجورنال، ثم تلتها في أوائل القرن العشرين المجلات المنوعة الكبرى كمجلة توست الأسبوعية، ثم ظهرت مجلة Timeثم مجلة Life ثم ظهرت الصحافة المصورة. وبعد عام 1930 أخذت تظهر القصص والمقالات المصورة ونحت هذا النحو مجلة لايف Life ثم جاءت مجلة لوك Look لتعمل في هذا المجال.

وكانت المجلات الأمريكية تقسم إلى عدة أشكال هي[1]:

1- **المجلات النوعية:** وتتناول مواضيع فكرية وأدبية وفنية راقية، وهي موجهة إلى نخبة المفكرين والمثقفين والكتاب والأدباء.

2- **المجلات المهنية:** وتتناول مواضيع مهنية متخصصة وموجهة إلى المهنيين في حقول الطب والهندسة والمحاماة والتعليم والاقتصاد وغيرها من المهن المختلفة المعروفة.

---

(1) د. فاروق خالد: مصدر سابق، ص 55.

3- **مجلات العمل**: حيث تركز على النشاط الاقتصادي والتجاري والصناعي وتمد المختصين بأخبار تهمهم.

4- **المجلات التقنية**: وهي تجمع بين خصائص المجلات المهنية ومجلات العمل وتنشر الأعمال التي تفيد المختصين ذوي التدريب المهني المتقدم كالمهندسين ورجال التقنية.

5- **المجلات الزراعية**: وتعنى بالشؤون الزراعية سواء الزراعة العامة أو الزراعة المتخصصة كالألبان والقمح والفواكه.

6- **مجلات الشركات**: وتنشر أخبار الشركات التجارية والصناعية من اجل تطوير عمل الشركات والعلاقات بين العاملين.

7- **المجلات المتخصصة**: وتهتم بأخبار حقول متخصصة مثل الرياضة أو المسرح والإذاعة والتلفزيون والرحلات.

8- المجلات الشعبية: وتوجه إلى القراء من الطبقة الفكرية المتوسطة وتنشر قصصاً ومقالات وألغازاً ورسوماً كاريكاتيرية.

9- **المجلات النسائية**: حيث تلقى هذه المجلات رواجاً بين النساء وتهتم بشؤون الأزياء والتجميل والأمومة والطفولة والأثاث.

10- **مجلات الرجال**: وموضوعاتها تهم الرجال بشكل خاص مثل أزياء الرجال وملابسهم وأخبار النوادي والإعلانات الخاصة بهم.

11- **مجلات الأطفال والمراهقين**: وتوزع هذه المجلات في المدارس وتركز على قصص الأطفال القصيرة وتتصف بالجمل القصيرة وسهولة المفردات ومجلات المراهقين أكثر نضجاً من مجلات الأطفال.

12- **المجلات الحرة**: وهي غير متخصصة في حقل معين أو موجهة لفئة معينة، بل تشمل جميع المواضيع والحقول، وتوجه لكافة الفئات والأعمار وغالباً ما توزع داخل الشركات والمؤسسات والوزارات والدوائر الحكومية.

وقد سجل تاريخ الصحافة الدولية بصمات ريادية غائرة للصحافة الصفراء في أشهر الصحف الأمريكية، ليس فقط على بنيتها الفكرية والفنية المميزة لها، بل على مضمون الصحف الأمريكية العريقة وشكلها الفني أيضاً. فعلى الرغم من سلبياتها وايجابياتها، رذائلها وفضائلها، فقد استطاعت الصحافة الصفراء أن تمارس تأثيراً عميقاً ومتجدداً على الصحافة الأمريكية منذ مطلع القرن العشرين، على الرغم من أن ميلادها كان في العقد الأخير من القرن التاسع عشر. ونظراً للتأثير العالمي الذي تمارسه الصحافة الأمريكية على معظم الصحف شرقاً وغرباً، شمالاً وجنوباً، فقد انتشرت معها بصمات الريادة الصحفية للصحافة الصفراء، بحيث لم تعد ظاهرة أمريكية محلية فحسب، بل أصبحت ظاهرة عالمية برغم اختلاف توجهاتها وتياراتها من بلد لآخر، طبقاً لاختلاف المعطيات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والإعلامية والثقافية والحضارية. ذلك أن أساليبها التحريرية والإخراجية تكاد تكون من الثوابت بل ومن البديهيات التي يتبعها العاملون في حقلها دون أي تفكير في الخروج عليها، بل يسعى معظمهم إلى تطويرها وترسيخها لكي تمارس تأثيرات أعمق وأشمل في نفوس قرائها.
وكان الإخراج الصحفي الملون من أهم بصمات الريادة الصحفية الصفراء، لدرجة أنه أطاح بالعناوين الرئيسة التي تميزت بالرصانة والرزانة والوقار في صحف جادة مثل (النيويورك تايمز) و(الواشنطن بوست) والتي حملت على الصحف الصفراء حملات شعواء لم توقف زحفها لدرجة أن جوزيف كامبل في كتابه (الصحافة الصفراء: كشف الأساطير وتحديد الموروثات) الصادر عام 2003 قال: إن الصحف الأمريكية الجادة في مطلع القرن الحادي والعشرين أصبحت بمثابة نوع مهجن أو مستأنس أو متحفظ من الصحافة الصفراء[1].

من أبرز وأهم الصحف الأمريكية في الوقت الحاضر نجد ما يأتي:

---

(1) د. نبيل راغب: الصحافة الصفراء - الجذور والفروع، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2004، ص 340 - 341.

صحيفة النيويورك تايمز:

وهي الصحيفة التي يعتمد عليها في تسجيل الأحداث في الولايات المتحدة عبر العقود الماضية، أي أن المتتبع لأحداث معينة أو لخطب سياسية ينبغي أن يعود فيها إلى قراءة هذه الصحيفة. وتعد صحيفة النيويورك تايمز من أبرز الأسماء المؤثرة في عالم الصحافة الأمريكية. وقد لعبت الصحيفة عبر القرنين الماضيين دوراً هائلاً في تحديد مسار الرأي العام الأمريكي في مختلف القضايا. ويرجع تاريخ تأسيسها إلى الصحفي هنري جارفس رايموند الذي عمل صحفياً بولاية نيويورك وصديقه جورج جونز الذي عمل في صباه فراشاً لصاحب صحيفة نورثن سبيكتاتور حيث تعرف على هوراس غريلي مؤسس صحيفة نيويورك تريبيون وبعد فترة عمل قصيرة مع غريلي قرر جونز إنشاء صحيفة بمشاركة صديقه هنري رايموند. وأصدرت النيويورك تايمز اليومية أول عدد لها يوم 18 أيلول 1851[1]. وتعد الصحيفة متميزة في أخبارها وتقاريرها وتأثيرها على الرأي العام الأمريكي، وقد حصدت 94 جائزة بوليتزر، وهي أشهر جوائز الصحافة في العالم. ويوجد بالصحيفة حوالي عشرين قسماً تحريرياً في مختلف التخصصات، ولها 23 مكتباً خارجيا في مختلف عواصم ومناطق العالم. كما لها ستة مراكز تحرير إقليمية داخل الولايات المتحدة في واشنطن، بوسطن، شيكاغو، لوس أنجلس، سان فرانسيسكو، وسياتل. وقد كانت صحيفة النيويورك تايمز تصدر طبعة دولية منذ عام 1946، ولكنها توقفت عام 1967 عندما اشتركت مع صحيفة نيويورك هيرالد تربيون وصحيفة الواشنطن بوست على إصدار صحيفة دولية من باريس بمسمى انترناشونال هيرالد تربيون. من أهم المحطات الرئيسة لتاريخ هذه الصحيفة، هي المحاكمة التي دخلت فيها ضد الحكومة الأمريكية فيما يعرف بـ (أوراق البنتاغون) حيث ساهمت صحيفة (النيويورك تايمز) في نشر وثائق سرية لحرب فيتنام أظهرت فيها فظاعة الجيش الأمريكي ضد الشعب الفيتنامي وساهمت بشكل كبير في تحريك الرأي

---

(1) د. كاظم المقدادي: مصدر سابق، ص 32.

العام لإيقاف الحرب. كذلك فقد ألقت تلك الوثائق ضوءاً جديداً مهماً ومثيراً للانزعاج عن تصرفات الحكومة الأمريكية أثناء حرب فيتنام. وقد مضى محرروا صحيفة النيويورك تايمز شهوراً في تحليل هذا التقرير ووضعه في سياقه والمقارنة بين ما توصل اليه التقرير وبين ما أعلنه المتحدثون باسم الحكومة في ذلك الوقت. لقد كانت تلك خدمة قيمة للجمهور، غير أنها لم تكن تحقيقاً صحفياً مدققاً ولكنها خطة صحفية تتعلق بالسياسات العامة. ذلك أن (أوراق البنتاغون) ذاتها كانت عملاً قامت به الحكومة، وهي التي وضعت التقرير في المقام الأول، من خلال التسريبات التي حصلت عليها الصحيفة والتي كانت عبارة عن وثائق عسكرية سياسية تعكس الوضع في فيتنام من عام 1945 إلى عام 1971، وبدأت صحيفة النيويورك تايمز بنشر الوثائق على شكل سلسلة، ولكن أصدرت الحكومة الأمريكية في عهد الريس نيكسون أمراً قضائياً بإيقاف نشر هذه الأوراق لأنها تتعارض مع الأمن القومي. وكانت عملية نشر (أوراق البنتاغون) عملاً حكومياً على عكس عملية نشر تقارير (ووترجيت) الصحفية التي كانت في معظمها من عمل الصحفيين الذين ربطوا بين الحقائق المتصلة بعملية اقتحام مبنى ووترجيت والأحداث التي تلت ذلك[1]. وخلال هذه الفترة بدأت صحيفة (الواشنطن بوست) نشر نفس الأوراق من خلال مراسلها فاضطرت الحكومة الأمريكية أن تصدر أمراً بإيقاف نشر تلك الصحيفة لهذه الوثائق، التي تشير إلى تعمد الحكومة توسيع دائرة الحرب بغارات جوية على شمال فيتنام، وأنه تم تجاهل وإشعار المواطن الأمريكي بما يحدث في ساحة الحرب. وأخيراً تحولت هذه الأوراق في التايمز والبوست إلى المحكمة الدستورية العليا، التي قضت بأن حجب هذه الأوراق عن النشر يعد رقابة قبلية (قبل النشر) تتعارض مع التعديل الدستوري الأول وعدها الكثير نصراً للصحافة ضد هيمنة الحكومة على النشر الصحفي بحجة ضرورات الأمن الوطني.

---

(1) جون أولمان: التحقيق الصحفي أساليب وتقنيات متطورة، ترجمة ليلى زيدان، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، 2002، ص 18.

يمكن استخدام صحيفة (النيويورك تايمز) كمثال هذه الصحيفة الأمريكية من أهم الصحف العالمية، وبعد فترة طويلة من هيمنتها على الخبر واحتكارها لمصادره وتحقيق أرباح كبيرة من مبيعاتها، وجدت الصحيفة أنها تخسر ما يقارب 25٪ من قرائها سنوياً. بعد فترة من التردد بل والتخبط، اقتنعت الصحيفة أن مستقبلها يكمن في تطوير موقعها الإلكتروني على الإنترنت لان حجم التحديات لم يترك مجالاً لأنصاف الحلول، ووضعت إستراتيجية تطوير باعت من أجلها حصصها في 8 محطات تلفزيون محلية لتستثمر في موقعها على الإنترنت.

صحيفة الواشنطن بوست:

تعدُّ صحيفة الواشنطن بوست الصحيفة الأولى والأكثر توزيعاً في العاصمة الأمريكية واشنطن، وهي صحيفة يومية أسسها الديمقراطي المستقل (سيلسون هتشن) وظهر العدد الأول منها يوم الخميس 6 كانون الأول 1877 في أربع صفحات ووصل توزيعها حينذاك إلى عشرة آلاف نسخة. وتعدّ هذه الصحيفة مع صحيفة النيويورك تايمز وصحيفة وول ستريت جورنال من أهم الصحف الأمريكية على مر العقود الماضية. وتدرج في ملكية الصحيفة عدد من رجال الأعمال، والكونجرس وغيرهم، منهم جون مكلين الذي اشترى الصحيفة عام 1905 وقد زاد توزيعها وإعلاناتها وتعززت أرباحها ولكن ولاء مكلين للحزب الديمقراطي، لون آراءه في الأخبار، مما جعل الصحيفة تفقد الكثير من مصداقيتها وتأثيرها. وفي عام 1916 توفي مكلين وصار أبنه إدوارد ناشراً للصحيفة كما أصبح داعماً ومناصراً للحزب الجمهوري مما قلل من توزيعها وقلت إعلاناتها وأخيراً أخضعت الصحيفة للحراسة القضائية. وفي الأول من حزيران 1933 أعلن إفلاس هذه الصحيفة وعرضت في مزاد الإفلاس العام وبيعت بمبلغ 850 ألف دولار إلى يوجين ماير وهو رجل أعمال في ولاية كاليفورنيا[1]. ثم جاء زوج ابنته فيليب جراهام وامتلك الصحيفة عام 1946. ثم

---

(1) د. عبد الرزاق محمد الدليمي: الصحافة العالمية، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2011، ص 249 – 250.

امتلكت زوجته كاثرين ميير الصحيفة عام 1963، وكانت هذه أول امرأة ملأت مكان الناشر لكبرى الصحف الأمريكية، واستمرت في عملها ومناصب قيادية في البوست آخرها رئيسة مجلس الإدارة، ثم رئيسة للجنة التنفيذية حتى وفاتها عام 2001، وقد عمل معها أبنها دونالد جراهام كناشر للواشنطن بوست منذ عام 1979، ثم رئيسا لمجلس الإدارة في عام 2000، عندما خلفه بويزفوليت جونز.

واشتهرت الواشنطن بوست بتحقيقاتها المعمقة، أو ما سمي بالتحقيق البحثي investigative reporting، واشتهر كل من بوب وودورد Bob Woodward وكارل بيرنستاين Carl Bernstein الذين فجرا فضيحة ووتر جيت water-gate – تصنت الحزب الجمهوري على مقر الحزب الديمقراطي – والتي أطاحت بالرئيس الأمريكي نيكسون عام 1973. وعلى الرغم من هذا النجاح وغيره من النجاحات فهناك سقطات للصحيفة، حيث نشرت الصحيفة سلسلة من التقارير بعنوان (عالم جيمي Jimmy's World) وصفت فيه المحررة جانيت كووك أوضاع إدمان طفل عمره ثمان سنوات على الهيروين. وفازت كووك بجائزة بوليتزر، ولكن فيما بعد اتضح أن هذه القصة كانت ملفقة، وليس لها أساس من الصحة، مما اضطر الصحيفة إلى الاعتذار للقراء، وإعادة الجائزة. وتعدُّ (الواشنطن بوست) من الصحف الجادة في الصحافة الأمريكية، حيث حصلت حتى عام 2006م على 22 جائزة بوليتزر، وهي أعلى مرتب الجوائز الصحافية في العالم، إضافة إلى جوائز أخرى من مؤسسات إعلامية. وتميزت (الواشنطن بوست) بكثافة وعمق تقاريرها عن العاصمة الأمريكية، وخاصة عن البيت الأبيض، وعن الكونجرس، ومختلف الإدارات الحكومية في واشنطن. وتعتبر صحيفة (الواشنطن تايمز) Washington Times المنافس الحالي لهذه الصحيفة في العاصمة واشنطن، رغم أن توزيعها لا يتعدى سبع مجمل توزيع صحيفة (الواشنطن بوست).

صحيفة الوول ستريت جورنال:

تعد وول ستريت جورنال The Wall Street Journal أشهر صحيفة اقتصادية في العالم، وتمتلكها شركة داو جونز المالية في نيويورك، ولها طبعتان أوروبية وآسيوية،

وتوزع يوميا حوالي المليونين نسخة ورقية، إضافة إلى وجود اشتراك في نسختها الإلكترونية تصل إلى حوالي المليون. وقد بدأت قصة الصحيفة بقصة تأسيس شركة داو جونز، حيث اتفق ثلاثة صحافيون هم تشارلز دو وإدورد جونز وتشارلز بيرجسترسر على تأسيس شركة داو جونز عام 1882. وبعد فترة قصيرة أسس داو صحيفة الوول ستريت جورنال عام 1889، كما استحدث بعض المؤشرات الاقتصادية التي تعكس حالة السوق. وعندما اشتراها كلارنس بارون عام 1907 كان توزيعها 7000 نسخة، ولكنه رفعها إلى أكثر من 50000 نسخة في نهاية العشرينيات الميلادية. وحاليا تتحكم في الصحيفة والشركة عائلة بانكروفت. كما أن روبرت موردوخ قد حاول شراء شركة داو جونز في مايو 2007، إلا أن إدارة الشركة رفضت عرضه، نظراً لأن الصحيفة تعتمد أخبارها وتقاريرها بموضوعية وتناول محايد، وهذا لن يتوفر للشركة والصحيفة إذا تحولت إلى النظام الصحفي الذي يعتمده موردوخ.

وبدأت الوول ستريت جورنال نسختها الإلكترونية عام 1996، وهي تتصدر أعداد الاشتراكات المدفوعة من بين أشهر صحف العالم. كما أن الصحيفة بدأت إصدار عدد أسبوعي كل يوم سبت عام 2005 بعد توقف دام خمسين عاماً، وكان ذلك بهدف استقطاب مزيد من المعلنين في هذا العدد ألأسبوعي. كما أن الصحيفة أدخلت الإعلان لأول مرة على صفحتها الأولى عام 2006، بعد إدخاله على طبعتيها الأوروبية والآسيوية قبل بعام واحد. ومن أهم ما يميز هذه الصحيفة عدم نشرها للصور الشخصية منذ تأسيسها، إلا أنها في عام 1979 استحدثت نظام رسم للشخصيات السياسية والعامة على شكل رسم خطي يبين وجوه هذه الشخصيات، وهو الذي أسمته (هدكوتس)، ومن الملاحظ أن الصور الحديثة الملونة بدأت تنتشر على صفحات وول ستريت جورنال في السنوات الأخيرة. وعلى مستوى مقاس الصحيفة، فقد صغرت من مقاسها المعتاد برودشيت إلى مقاس اصغر، بحذف عمود كامل، وقد ذكرت الصحيفة أن هذا التصغير أتي بهدف تخفيض تكلفة الطباعة، حيث سيوفر عليها أكثر من 18 مليون دولار سنوياً. وتتمتع الصحيفة بسياسة تحريرية تميل إلى المحافظة،

والى مبادئ السوق المفتوحة، وعند الحديث عن سياسات الحكومة تجاه المهاجرين، أعلنت الصحيفة في افتتاحياته أنه ترى وجهة نظرها في خمس كلمات: (يجب أن تكون حدودنا مفتوحة)، وهذا يعكس جرأة الطرح الصحفي لهذه الصحيفة. وتعكس الصحيفة دائما ثقتها في الفكر الفردي، والسوق الحرة من الأفكار، دون المحاولة للذهاب إلى حلول توفيقية وسطية كما تنزع إلى ذلك بعض الصحف أو بعض الساسة. وتتميز الصحيفة بوجود قسمين منفصلين تماما عن بعضهما البعض، هم قسم الأخبار، وقسم الرأي. والفصل يأتي بهدف عدم تأثير أي منهما على الآخر. وأحد الأمثلة يوضح أهمية هذا الفصل، حيث تتبنى التقارير الإخبارية وجهة نظر مفادها أن الإنسان هو مسبب رئيس للتغيرات المناخية، عاكسة بذلك دراسات واستشرافات مستقبلية، بينما صفحات الرأي والافتتاحيات لا تؤمن بذلك.

وتذكر الصحيفة أن وكالة داو جونز الإخبارية هي أول وكالة نقلت خبر اصطدام طائرة بمبني التجارة العالمي في تفجيرات الحادي عشر من ايلول 2001، وبسببها نالت جائزة بولتيزر. كما أن مبناها كان مواجهاً لإحدى مبني مركز التجارة العالمي، وانهارت في دقائق. وكان المحررون يخشون أن عدد اليوم التالي سيغيب في سابقة لم تحدث في مائة عام، ولكن خطة الطوارئ نجحت في صدور عدد اليوم التالي وتصدر عن شركة داو جونز بالإضافة إلى المطبوعة الأساسية لوول ستريت جورنال، وطبعتيها الدوليتين في أوروبا وآسيا، توجد مجلة (بارون ماجازين) Barron's Magazine الاقتصادية، وهي أسبوعية تهتم بحالة الاقتصاد والأسواق الدولية. وتملك الشركة مجلة للمستهلكين Smart Money ومجلة شهرية Far Eastern Economic Revew.

صحيفة لوس أنجلس تايمز:

صدرت صحيفة لوس أنجليس تايمز Los Angeles Times عام 1881م في مدينة لوس أنجلس بولاية كاليفورنيا، وكان مسماها الأول لوس أنجلس ديلي تايمز، ولكن سرعان ما أفلست الصحيفة، ثم أتت إليها إدارة جديدة من شركة ميرور وعينت أحد العسكريين القدامي جري أوتس Otis رئيسا للتحرير، واستطاع إنجاح الصحيفة.

وبعد وفاته عام 1917 استلم منه زوج ابنته هاري تشاندلر Chandler كناشر لهذه الصحيفة، ثم خلفه إبنه نورمان عام 1944. وتملك الصحيفة شركة تايمز- ميرور، الا أنها شريت من قبل شيكاغو تربيون عام 2000، منهية عصر الملكية الفردية لأسرة تشاندلر. وخلال فترة تغييرات المناصب تقلد دين باكويت Baquet أول أمريكي اسود رئاسة تحرير التايمز، ولكنه لم يصمد أمام متطلبات شركة تربيون، وتم استبداله جيمس أوشي O'shea الذي كان رئيسا لتحرير صحيفة شيكاغو تربيون. وقد سجلت لوس أنجلس تايمز أكبر تراجع في أرقام التوزيع من بين الصحف الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2006. وفي عام 2007 قبلت شركة تربيون عرض مقدم من سام زيل Zell لشراء لوس انجلس تايم. وهي ثاني أكبر صحيفة إقليمية بعد النيويورك تايمز، رغم حضورها الوطني المهم في من بين الصحف الوطنية الأمريكية. وقد تعرضت مصداقية الصحيفة لنكسة عام 1999، عندما كشفت التحقيقات عن عمولات بين تحرير الصحيفة وبين إحدى الشركات في إصدار مجلة بمناسبة افتتاح أحد المراكز الرياضية في لوس أنجلس. وهذا الإجراء مرفوض في عرف الصحافة الأمريكية تماما، حيث الانفصال بين التحرير والإعلان مبدأ أساسي يحفظ مهنية الصحيفة. وعلى الرغم من تلك الجدليات، فقد استطاعت التايمز أن تحصل على 37 جائزة بولتيزر حتى عام 2004، وفي عام واحد فقط (2004) حصدت خمس جوائز مختلفة من بوليتزر.

أما أهم المجلات الأمريكية التي اشتهرت واتخذت مكاناً مناسباً لها في الصحافة العالمية فهي ما يأتي:

1- **مجلة تايم Time**: وهي مجلة سياسية منوعة تصدر أسبوعياً في نيويورك عام 1923 وقد أسسها براثيون هاون وهنري لوتس وتعتمد الأسلوب الروائي كصحيفة إخبارية يومية.

2- **مجلة نيويوركر Newyourker**: أسسها الصحفي الأمريكي هارولد ولاس روس في عام 1925 وبوحي من المجلة الفكاهية (جودي) حيث حاول روس تصوير ثقافة الإبهار والتقدم الحضاري لمدينة نيويورك بابتكار جديد وإبداعي للمجلة الفكاهية.

3- **مجلة نيوزويك News week**: وهي مجلة سياسية منوعة تصدر أسبوعياً في الولايات المتحدة الأمريكية ولها طبعة عربية تصدر حالياً في الكويت، وقد تأسست عام 1933 في نيويورك، أسسها توماس مارتن الانجليزي الأصل، الذي كان يعمل في مجلة تايم Time وتطبع ملايين النسخ. وهي مجلة إخبارية بالدرجة الأولى، وتنشر مواضيع علمية وثقافية. وقبل شهرين من الاحتفال بالذكرى الثمانين لصدورها، ودّعت مجلة (نيوزويك) قراء نسختها المطبوعة بسبب وضعها كصحافة ورقية وخصوصاً في عائدات الإعلانات. وطوال السنوات الثمانين من عمرها، تميزت (نيوزويك) بعناوين جريئة ومثيرة للجدل. وفي 2010 باعتها مجموعة (الواشنطن بوست) إلى البليونير الأميركي سيدني هارمان قبل أن تُباع مجدداً إلى مجموعة (أي ايه سي) للانترنت. ودُمجت المجلة في 2010 مع الموقع الالكتروني (ذا دايلي بيست) الذي تديره تينا براون رئيسة تحرير المجلة وأعلنت في تشرين الأول 2012 توقف المجلة عن الصدور بطبعتها الورقية لتصبح الكترونية بالكامل باسم (نيوزويك غلوبال) [1].

4- **مجلة لايف Life**: وهي مجلة بالصور العادية والملونة تأسست في تشرين الثاني عام 1936 وتهتم بالأحداث النادرة وتعتمد على الصورة وهي مجلة شهرية منوعة.

5- **مجلة لوك Look**: وهي مجلة شهرية منوعة تأسست في كانون الثاني عام 1937 على يد جاردنز كاولز، اعتمدت على الصورة ولكن بطريقة تصويرية فريدة ميزتها عن غيرها من المجلات.

6- **مجلة ريدرز دايجست Readers Digest**: وتعدُّ المجلة الأكثر توزيعاً في العالم، وتلقب بالمجلة الجيبية لصغر حجمها وهي من أكثر المجلات شعبية ورواجاً في تاريخ الصحافة الأمريكية. وقد بدأ صدورها في شباط عام 1922 وتصدر حالياً

(1) http://www.alefyaa.com/?p=6844&utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=%25

بأربع وعشرين لغة وبـ 29 طبعة مختلفة وتوزع في معظم دول العالم. وهي تحتوي على مواد دعائية كانت قد نشرت في الصحف الأميركية المختلفة وتبرز المجلة طريقة الحياة الأميركية، ويبلغ توزيع طبعاتها الدولية 12 مليون نسخة في الخارج. وقد لعبت هذه المجلة مع المجلات الأمريكية الأخرى دوراً بارزاً في حرب الخليج 1991 لاسيما مجلتا(تايم) و(نيوزويك) اللتان كانتا تقومان بنشر صور لجنود أمريكان، كما تنافستا في عرض الخرائط العسكرية وصور القوات العربية المشتركة في القتال ضد العراق[1].

وقد شهدت الصحافة الأمريكية في عام 1992 صدور أول صحيفة أمريكية الكترونية وهي صحيفة (شيكاغو تريبيون) وقد اعتمدت على نشر محتواها الكترونياً في صورة نصوص فقط. وبمجيء عام 1994 كانت هناك 78 صحيفة على الويب وارتفع عددها إلى 855 صحيفة عام 1995 وكانت نسبة 40٪ من هذه الصحف تصدر خارج الولايات المتحدة الأمريكية[2].

---

(1) جون. ار. مكارثر: الجبهة الثانية – التضليل الإعلامي في حرب الخليج، ترجمة: محمود برهوم ونيقولا ناصر، عمان، دار الفكر للنشر والتوزيع، 1993، ص98.

(2) د. محرز حسين غالي: صناعة الصحافة في العالم، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2008، ص 94.

الصحافة البريطانية

أخذت الصحافة مكانة كبيرة في المجتمع البريطاني على الرغم من الرقابة والضغوط الحكومية عليها، حيث أصدر البرلمان الإنكليزي أول نظام للتأليف عام 1662 شدد فيه الرقابة على المطبوعات وفرض شرط الحصول على ترخيص مسبق لإصدار أي مادة مطبوعة، ومنع نشر ما يدور في جلسات البرلمان من مناقشات في الصحف. وقد صدر أول كتاب أخباري منتظم الصدور في إنكلترا سنة 1622، وكان يصدر رسمياً باسم السلطات الحكومية. أما أول صحيفة إنكليزية بالمعنى المفهوم من اللفظ الحديث من حيث الشكل وثبات الاسم وانتظام الصدور، فهي صحيفة (أكسفورد جازيت oxford gazette) التي صدرت سنة 1665 ثم تحول اسمها إلى (لندن جازيت London gazette) بعد عودة الملك والحاشية إلى العاصمة، ولا زالت هذه الصحيفة تصدر رسمية حتى يومنا هذا، وفي نفس حجمها الأصلي. ولكن سرعان ما ألغى البرلمان قانون الترخيص عام 1695 تحت ضغوط الصحافة الإنكليزية التي دافعت بشدة عن حريتها. وقد ساعد هذا الإلغاء على ازدهار الصحف، فصدرت أول صحيفة يومية في 11 آذار 1702 وهي (ديلي كورانت daily courant) كأول صحيفة في العالم، واستمرت في الصدور حتى عام 1704 كما ظهرت صحف إقليمية عديدة. وظهرت كذلك أول المجلات الأسبوعية، التي أصدرها دانيال ديفو عام 1704؛ ومجلة تاتلير التي أصدرها كلاً من أديسون

وأستيل عام 1709، وظهرت أولى الصفحات السياسية في الصحف الإنكليزية عام 1771 بعد السماح للصحافة الإنكليزية بنشر التعليقات على جلسات البرلمان، وفي نفس الفترة بدأت بالظهور الصحف التي تعتبر أمهات الصحف الصادرة حالياً في بريطانيا. وقد كان للنهضة العلمية والتعليمية واتساع الإمبراطورية أثر كبير في تقدم الصحافة، وتقارب الأفكار، وتهيئة الجو لخلق رأي عام مستنير[1].

وشهدت الفترة اللاحقة ظهور صحف إنكليزية كثيرة، نذكر منها: صحيفة ديلي العالمية عام 1785، التي أسسها جون والتير، واستقرت بعد ذلك على اسم تايمز عام 1788، لتصبح من أكبر الصحف البريطانية اعتباراً من عام 1803 وحتى الآن. كما ويعتبر البريطانيون اليوم أكثر سكان العالم قراءة للصحف استناداً لتقارير اليونسكو التي تشير إلى أن نسبة عدد نسخ الصحف لكل ألف مواطن بريطاني تبلغ 488 نسخة، وأن ما يصدر في بريطانيا من صحف هو أكثر من 125 صحيفة يومية، وكلها تصدر ملاحق أسبوعية أيام الأحد، علاوة عن الصحف المتخصصة، وحوالي 1200 صحيفة محلية أغلبها أسبوعي، منها 145 صحيفة تصدر في لندن الكبرى وحدها. ونشرت كلها 25.338 مليون نسخة يومية، و26.837 مليون نسخة من صحف يوم الأحد، إضافة إلى 13.423 مليون نسخة من الصحف الأسبوعية خلال عام 1969، ومن بحث نشرته صحيفة ديلي إكسبريس عام 1971 تبين أن كل ألف راشد يقرؤون 181 صحيفة يومية وطنية، وتعتبر بريطانيا العظمى أول دولة في العالم اعترفت بحرية الصحافة عندما ألغت الرقابة على الصحف عام 1695، وقامت بإنشاء مجلس للصحافة عام 1953 للمحافظة على حرية الصحافة، ويتكون هذا المجلس من: رئيس مستقل من خارج المؤسسات الصحفية؛ و20 عضواً يمثلون الجمعيات الصحفية البريطانية، أغلبهم من ممثلي هيئات تحرير الصحف؛ و5 أعضاء يمثلون القراء. كما ولجأت الصحف البريطانية

---

(1) د. فؤاد أحمد الساري: وسائل الإعلام – النشأة والتطور، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص 59.

إلى إنشاء التجمعات (Trust تروست) لضمان استقلالها وتدعيم سلطتها، ومن هذه التجمعات الصحفية: تجمع سكوت تروست الذي يصدر صحيفة غارديان؛ وتجمع أوبزيرفر تروست الذي يصدر صحيفة أوبزرفر؛ وتجمع بيوفر بروك الذي يملك 51٪ من أسهم شركة بيوفر بروك نيوز بيبر ليمتد التي تصدر ديلي إكسبريس، وصانداي إكسبريس، وإيفينينغ ستاندرد (غلاسكو). ويعمل هذا التجمع من خلال توجيهات اللورد بيوفر بروك، القاضية بمساندة سياسة الإمبراطورية البريطانية، ويحرص على تعيين الأشخاص المؤيدين لهذه السياسة فقط لإدارة المؤسسات الصحفية التابعة له. وقد رفعت التجمعات الصحفية الكبرى حصتها في مجمل سوق الصحف اليومية والأسبوعية، خلال الفترة الممتدة مابين 1947–1988 إلى أكثر من الثلث تقريباً. مما سمح لثلاثة من أباطرة الصحافة البريطانية، وهم: مردوخ وماكسويل وستيفنز بالسيطرة عام 1988 على 57٪ من مجموع التوزيع اليومي والأسبوعي للصحف البريطانية. وأدى تطور التركيز والتجمع في الصحافة إلى بروز اتجاه متزايد نحو السيطرة على صناعات وقت الفراغ، وأصبحت معه خمس شركات في قطاعات الإعلام تسيطر في أواسط الثمانينات على ما يقارب 40٪ من مبيعات الكتب و 45٪ من عمليات الإرسال من محطة A TV التلفزيوني[1]... الخ، وتصدر جميع الصحف اليومية الوطنية البريطانية في لندن، عدا صحيفة غارديان فتصدر من لندن ومانشستر في آن معاً، ويتراوح عدد صفحاتها مابين 14–32 صفحة. وقد أشار الباحث الفرنسي رولان كايرول إلى أن الصحافة البريطانية تعاني من ركود وتراجع في أعداد نسخها الصادرة منذ ستينات القرن العشرين، وهذا الأمر شمل الصحف المتخصصة والشعبية على حد سواء. وفي استطلاع أجرته صحيفة فايننشل تايمز عام 1971 تبين أن عدد قراء الصحف البريطانية يزيد عن عدد النسخ الصادرة من كل عدد.

(1) جيمس كورّان، وجين سيتون: السلطة من دون مسؤولية – الصحافة والإذاعة في بريطانيا، ترجمة: حازم صاغية، المجمع الثقافي، أبو ظبي، 1993، ص 145.

وتتخذ الصحف البريطانية شكلين من أشكال الصحف هما[1]:

1- **الصحف الشعبية:** وهي تناسب مختلف أنواع القراء والفئات من الناس من هذه الصحف على سبيل المثال: الديلي ميرور، والديلي ستار، والديلي اكسبريس، والصن، والديلي ميل، وتتصف الصحف الشعبية البريطانية بالإيجاز والصور والعناوين البارزة والمواضيع الترفيهية. وتعتمد على الإعلانات التجارية لكنها غالباً ما تلجأ إلى الإثارة والقضايا الاجتماعية على حساب السياسة.

2- **الصحف الرصينة:** وهي التي تهم قطاعات محددة من القراء وصفحاتها كبيرة وتغطي الأحداث اليومية والأسبوعية مع تعليقات عليها وتحليلات للأخبار من هذه الصحف: التايمز، الديلي تلغراف، الفايننشال تايمز، والجارديان. وتهتم الصحف اليومية والأسبوعيات البريطانية بنشر أخبار الساعة والمقالات الرصينة والتعليقات الساخرة ولها أبواب خاصة تتعلق بالطعام والملابس والمشكلات الاجتماعية والنفسية والطبية. وتهتم بالصور والرسومات الكاريكاتيرية والمسابقات والإعلانات التجارية، لان المعلن البريطاني يبحث عن الصحف والمجلات الأكثر انتشاراً للإعلان. ومن أهم الصحف البريطانية نجد ما يأتي:

صحيفة التايمز:

تعد صحيفة التايمز Times الصحيفة الأولى في بريطانيا، والتي يعتمد عليها في تسجيل الأحداث منذ تأسيسها عام 1788. وقد كان لهذه الصحيفة دور بارز في التأثير على السياسة البريطانية، وخاصة السياسة الخارجية، والتأثير على الرأي العام البريطاني خلال هذه العقود الطويلة منذ تأسيسها. ويصدر مع هذه الصحيفة العدد الأسبوعي الشهير صندي تايمز Sunday Times وكلاهما يعود لشركة تايمز الصحافية، التي امتلكتها شركة نيوز كوربوريشن News Corporation التي تعود إلى

(1) د. فاروق خالد: مصدر سابق، ص 57.

الملياردير روبرت موردوخ، وعلى مر التاريخ كانت التايمز تتبنى وتؤيد السياسة البريطانية المحافظة وخاصة حزب المحافظين- يمين الوسط - إلا أنه بعد دخول موردوخ ودخوله مرحلة التأثير على سياسة الصحيفة، تحولت هذه الصحيفة إلى تأييد حزب العمل في الانتخابات الأخيرة. ويعود الفضل في إصدار هذه الصحيفة إلى جون والتر Walter الذي أسسها في أول تحت مسمى ديلي يونيفرسال ريجستر Daily Universal Register وذلك عام 1785، ولكن لم تنجح الصحيفة، ولهذا غير من اسمها إلى الاسم الحالي تايمز The Times عام 1788. وبنت سمعتها من الأخبار التي كانت تنشرها عن القارة الأوروبية، وخاصة عن فرنسا بشكل خاص، كما أن التايمز قد استثمرت شخصيات وكتاب في السياسة العلوم والتراث والفن، وكانت تدفع لهم التايمز مبالغ كبيرة لا تستطيع صحف منافسة أن تقدمها لهم، مما خلق لها التميز الذي كانت تنشده. وكانت التايمز أو صحيفة أرسلت موفدا إلى الخارج، وهي أول صحيفة ابتدعت فكرة المراسل الحربي في بعض النزاعات والحروب الخارجية. وفي منتصف القرن التاسع عشر بدأت التايمز تواجه منافسة شديدة من (صحف البني) penny press وخاصة الديلي تيلجراف ومورننج بوست، ولكنها تجاوزت هذه الفترة الحرجة والصعوبات المادية، بعد أن ارتبطت بطرق تسويقية جديدة مشتقة من مفاهيم تسويق أمريكية، وخاصة عندما اشتركت التايمز في تسويق الموسوعة البريطانية.

وتعاقب خلال العقود الأولى من القرن العشرين أكثر من مالك لهذه الصحيفة، فمن عائلة اللورد نورثكليف، إلى عائلة أستور، إلى مستثمر كندي روي ثمبسون. وقد توقفت التايمز لحوالي عام تقريباً - من 1 ديسمبر 1978 إلى 12 نوفمبر 1979 – بسبب خلاف بين العاملين والمالكين في هذه الصحيفة. ونتيجة لأوضاع الصحيفة ومقاومة العاملين فيها للتقنيات الجديدة لم تتمكن إدارة ثومبسون من الاستمرار في ملكية الصحيفة وتلبية الاحتياجات الجديدة لها، أو هذا ما دعى إلى بيعها إلى الملياردير الأسترالي روبرت موردوخ Murdock عام 1981.

وكان أول قرار اتخذه موردوخ هو استبدال رئيس التحرير ريس- موج برئيس

تحرير جديد هو هارولد ايفانز Harold Evans، كما أدخل تقنيات الطباعة الجديدة في الصحيفة، والتي كان اتحاد العمال معترضا عليها فيما مضى، وقام باستبدال مطابع اللينوتايب التي كانت تطبع الصحيفة منذ القرن التاسع عشر بتجهيزات حاسوبية حديثة ومطابع ذات تقنية عالية. كما أن انتقال الصحيفة من مبناها القديم بقرب فليت ستريت إلى مبناها الجديد من وابنج Wapping، ساعد على تطوير آليات التحرير الداخلية للصحيفة، كما تخلت الصحيفة عن استخدام ألقاب المجاملات – وفق استايل بووك style book– مثل السيد والسيدة والآنسة.

وكانت النقلة الكبرى في سيطرة (موردوخ) على الرأي العام البريطاني، مع مرور مجموعة صحف (التايمز) أعرق الصحف البريطانية، بأزمةٍ ماليةٍ حادة، وإعراض المستثمرين عن إنقاذها تخوفاً من الغموض الذي يغّلف مستقبلها بعد تراجع مبيعاتها على نحو ملحوظ، ووقوع مشاكل مع عمال الطباعة والنقابات، إلا أن هذه المخاوف لم تمن (موردوخ) من التركيز على المجموعة؛ لِما تمّثله من أهميةٍ في عالم الصحافة وثقل في دنيا السياسة، ويبدو أنه كان يستعد بخطة جديدة لتحويل خسارتها إلى أرباح، فخاض في سبيل ذلك معارك استخدم فيها أسلحته كّلها، حتى حظي بتأييد رئيسة الوزراء البريطانية آنذاك (مارجريت تاتشر) التي وافقت له بصفة استثنائية على شراء المجموعة، على الرغم من أن قانون الاحتكارات البريطاني يمنع هيمنة شخص واحد على كل هذا العدد من الصحف. وقد قّلص(موردوخ) عدد العاملين في مجموعة التايمز، وواجه نقابة عمال الطباعة البريطانية بحركة استفزازية؛ حيث قام بطرد آلاف العمال دون سابق إنذار، متنكراً بذلك لبعض أفكاره اليسارية التي أشاد بها كثيراً في السابق. وفي العام 19971 قدم دعمه لـ (توني بلير)، وخصص لحكومته تغطية إيجابية في شبكاته، ضامناً بذلك، سماح حكومته الجديدة(آنذاك) له بالاحتفاظ بشركاته البريطانية. ومن خلال ما تقدم يتبين مدى النفوذ الذي يتمّتع به هذا الرجل على صعيد العالم، إلا أن هذا النفوذ يبقى قاصراً بدون تواجده في المنطقة العربية، وبما أن الكيان الصهيوني قاعدة لمعظم المشاريع الأجنبية في المنطقة، كان أيضاً بوابة التواجد لروبرت

موردوخ، حيث تستثمر مجموعته داخل الكيان الصهيوني من خلال شركة تعمل في مجال التكنولوجيا الرقمية والاتصالات [1].

ومن أهم التغيرات التي حدثت لصحيفة التايمز هو تصغير مقاس الصحيفة إلى مقاسات أصغر، وبدأت في نوفمبر 2003 بطباعة مشتركة بين المقاس العادي برودشيت والمقاس الجديد الأصغر، إلى أن اتجهت بشكل نهائي عام 2004 إلى شكل تابلويد أو ما تطلق عليه الصحيفة كومباكت (صحيفة مصغرة) وهذا بداية حقبة جديدة في تاريخ الصحيفة، مع ما صاحبه من تغيرات في التبويب التحريري، لمواكبة العادات القرائية وخاصة بين الشباب. أما على مستوى التوزيع، فقد بلغت عام 2005 حوالي 692 ألف نسخة يومياً.

صحيفة الجارديان:

كانت التسمية الأولى لهذه الصحيفة (مانشستر جارديان) حيث صدرت من مدينة مانشستر البريطانية، وذلك عند تأسيسها عام 1821، ولكن بعد عام 1959، تخلت الصحيفة عن اسم مانشستر وأصبح اسمها فقط الجارديان Guardian، وتطبع في كل من لندن ومانشستر في شكل مقاس وسطي بيرلاينر أو كومباكت عام 2005. وقد انتقل المركز الرئيسي لها إلى لندن عام 1964. ومن أشهر رؤساء تحريرها سكوت Scott الذي استمر في رئاستها للتحرير لسبعة وخمسين عاما حتى عام 1907، حيث انتهج مواقف متشدد من بعض القضايا السياسية والاجتماعية في بريطانيا. وكانت للعلاقة الوثيقة بينه وبين وايزمان أثر ودور في إعلان وعد بلفور في كون فلسطين موطن شرعي لليهود، وفي عام 1948 كانت الجارديان من أكثر الصحف تأييدا لتأسيس دولة إسرائيل. وقد كشف دفنا بارام في كتاب (التحرر من الوهم: الجارديان وإسرائيل) عام 2003 علاقة الصحيفة بالقوى الصهيونية المؤيدة لإسرائيل. ولاشك أن الجارديان تعد

---

(1) د. هزوان الوز: الإعلام أدوار وإمبراطوريات، دمشق، منشورات الهيئة العامة السورية للكتاب، 2012، ص 139 – 140.

من الصحف التي تدخل في جدليات كثيرة، ولهذا فلديها الكثير من القضايا في محاكم النشر البريطانية. فقد نشرت الصحيفة عام 1983 تقارير سرية عن مواقع صواريخ كروز في بريطانيا، مما أضطر الصحيفة إلى تسليم المحكمة هذه التقارير، وسجن الشخص الذي قام بتبليغ الصحيفة عن ذلك. كما نشرت الصحيفة عام 1995 تقارير عن أحد الوزراء في الحكومة البريطانية إيتكن Aitken وعن ضلوعه في أخذ رشاوي عبارة عن اقامات مجانية له ولعائلته في فندق رتز بباريس من الأمير محمد بن فهد، ولكن المحكمة حكمت بانعدام الأدلة في هذا الاتهام. وهناك كثير من القضايا التي واجهت الصحيفة، اضطرتها إلى التراجع عنها بعد انعدام الأدلة والبراهين، أو لانعدام أخلاقيات العمل المهني في مثل تلك القضايا. وعلى الرغم من ذلك، حظيت الصحيفة بجوائز عديدة على تميزها التحريري، أو على الشكل الفني لها، أو لتميز نسختها الإلكترونية، سواء من مؤسسات أو جمعيات بريطانية أو أمريكية. وقد اشترت مجموعة الجارديان صحيفة الأبزيرفر Observer الأسبوعية عام 1993. وتميل صحيفة الجارديان إلى الوسط الليبرالي وبقرب من المواقف اليسارية في الحياة السياسية البريطانية.

صحيفة الديلي تيليجراف:

تأسست الديلي تيليجراف عام 1855 بواسطة الكولونيل البريطاني أرثر سيليج Sleigh ولكنه سرعان ما باعها إلى صاحب المطبعة التي كانت تطبع فيها هذه الصحيفة جوزيف ليفي Levy الذي أحال مسئولية التحرير فيها إلى أبنائه. ثم خفض سعر بيع الصحيفة إلى مقدار penny واحد، وحقق لها هذا الإجراء نجاحا كبير، حيث مكنها من تجاوز صحيفة التايمز في مبيعاتها. وقد ساهمت مقابلة نشرتها الديلي تيليجراف عام 1908 لإحدى الشخصيات الألمانية في خلق توتر في العلاقات البريطانية الألمانية، أدت إلى تصعيد سياسي ساهم في خلق أجواء الحرب الدولية الأولى. ثم بيعت الصحيفة إلى عائلة بورنام وعائلة كامروس واستمرت معهم إلى أن بيعت عام 1986 إلى رجل الأعمال الكندي كونراد بلاك Black ثم امتلكها الأخوان باركلي Barclay وهما المالكان الحاليان لهذه الصحيفة. وتعد صحيفة الديلي تيليجراف بيتاً لحزب المحافظين، رغم أن

أحد ملاكها ديفيد باركلي ذكر في تصريحات إعلامية بأنه ينبغي ألا تكون كذلك ثم تراجع عن هذه الفكرة فيما بعد. وفي انتخابات عام 2005 أيدت الصحيفة الحزب المحافظ في هذه الانتخابات. وتعد هذه الصحيفة الوحيدة التي لا تزال بنظام البرودشيت وهو المقاس الاعتيادي للصحف الجادة البريطانية. وقد أضيفت صحيفة الصندي تيليجراف عام 1961 كشقيقة أخرى لهذه الصحيفة. وكان موقع الصحيفة على الإنترنت هو الأول بين الصحف البريطانية عام 1994، ويعد هذا الموقع من أفضل المواقع الإلكترونية للصحف البريطانية، حيث نال الكثير من الجوائز في هذا الخصوص.

صحيفة الصن:

تعد صحيفة الصن The Sun التي تصدر من لندن أكثر صحيفة باللغة الإنجليزية توزيعاً في العالم، حيث توزع حوالي ثلاثة ونصف المليون نسخة يومياً، بينا حجم القراءة لها تصل لحوالي ثمانية ملايين شخص في المملكة المتحدة. ويمكن تقسيم تاريخ صحيفة الصن إلى فترتين، أولاهما قبل امتلاك موردوخ، والثانية بعد امتلاكه لهذه الصحيفة. وقد أطلقت الصحيفة عام 1964 من مجموعة ميرور كبديل لصحيفة يومية كانت قائمة اسمها ديلي هيرالد Daily Herald، وكانت موجهة للطبقة العاملة، ونظراً لأن هذه الشريحة قد شاخت عمرياً ولم تعد جاذبة للمعلن، فقد فقدت الاهتمام بالمعلن، كما أن الملاك لم يكن يريدوا أن تتنافس صحيفتان (الهيرالد والميرور) لنفس المجموعة على نفس الجمهور. وبعد تعثر للصن في سنواتها الأولى، تم بيعها إلى شركة نيوز انترناشونال التابعة لمجموعة نيوز كوربوريشن التي يملكه روبرت موردوخ وذلك عام 1969 [(1)]. وبعد شرائه للصن، وإضافته لها إلى جانب صحيفة نيوز أف ذا وورلد الأسبوعية التي تصدر كل يوم أحد، حولها مباشرة إلى صحيفة تابلويد، وابتدع الصفحة الثالثة التي اشتهرت بها الصن، وهي عبارة عن صورة لفتاة عارية، ولا زالت مستمرة منذ عام 1970. ودخلت الصن المعترك السياسي للإنتخابات السياسية في بريطانيا، فقد بدأت

---

(1) http://en.wikipedia.org/wiki/the_sun

قريبة من حزب العمال، ثم تحولت في عهد ثاتشر وميجور لمساندة حزب المحافظين. ومن أطرف مواقفها السياسية، في الانتخابات التي كان نيل كونيك رئيس حزب العمال عام 1992، علقت أنه في حال فوزه في هذه الانتخابات، "فإن آخر شخص يبقى في بريطانيا يجب أن يطفئ الأنوار، ثم بعد يومين إدعت الصن أنها هي التي أكسبت المحافظين الفوز في الانتخابات. ثم عادت الصن في دعم حزب العمال في عهد توني بلير[1]. وتعتبر الصن من أشهر صحف التابلويد في العالم، حتى أن البعض قد أطلق عليها (ملكة التابلويد).

وكانت صحيفة (الصن The Sun) وراء رفض البريطانيين الانضمام إلى العملة الأوروبية الموحدة (اليورو)، والتخّلي عن الجنيه الإسترليني، مستخدمةً في ذلك أساليب الترهيب والترغيب .ومن جهةٍ أخرى، فالساسة في بريطانيا يحسبون لصحيفة (الصن The Sun) ألف حساب فيما تكتبه؛ إذ تصل التعليقات التي تنشرها الصن أكبر عددٍ من القراء من الشريحة العريضة في المجتمع، والتي لا تبحث عن التفاصيل الدقيقة وتكتفي بما يقدمه كُتّاب الصحيفة؛ وبذا يسهل تشكيل الرأي العام لاسيما وقت الأزمات والانتخابات[2].

(1) Ibid

(2) د. هزوان الوز: مصدر سابق، ص 139.

الصحافة الفرنسية

بدأت الصحافة في فرنسا رسمية حكومية، بصدور صحيفة (الجازيت) التي أصدرها رينودو في 30 أيار 1631 وهي الصحيفة الأولى في فرنسا. وقد ظلت الصحافة في فرنسا خلال القرن السابع عشر خاضعة لرقابة شديدة من الحكومة والملك بما في ذلك صحيفة (جورنال دي سافان) العلمية الأدبية، و(ميركور) الأدبية الاجتماعية. وقد برزت الصحافة الأدبية في بداية ظهور الصحافة في فرنسا من خلال عدد من الصحف التي تخصصت في الأدب. ولم تتهيأ الظروف في البدايات الأولى لنشأة الصحافة الفرنسية لظهور الفن الصحفي الحديث، وخاصة بعد سقوط الصحف في أيدي الأحزاب المتطاحنة. فقد كانت الصحف اليمينية واليسارية على السواء تصطنع الهجوم الشديد، كما أخذت بعض الصحف تمجد في أعمال العنف والإرهاب وخاصة خلال عامي 1790 و1791. ثم اقترن تطور الصحافة الفرنسية بظهور أول جريدة زهيدة الثمن كما حدث في الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك عندما أصدر إميل دي جيراردان أول صحيفة من هذا النوع اسمها (لابرس) وذلك في الأول يوليو سنة 1836، كما صدرت في نفس اليوم صحيفة (لوسيكل) زهيدة الثمن أيضا. والحقيقة أنه في سنة 1836 كانت في مدينة باريس نحو عشرين جريدة تطبع كل منها 70.000 نسخة، وبعد عشر سنوات بلغ عددها ستاً وعشرين صحيفة وبلغ عدد مشتركيها 180.000

مشتركاً[1].

وكما سقطت الصحافة الأمريكية في العنف والجنس والإثارة، فيما يسمى بالصحافة الصفراء، سقطت الصحافة الفرنسية أيضاً إلى نفس الدرك بصدور صحيفة (لو بيتي جورنال) في الأول من شباط عام 1863، وقد كان صاحبها ميللو يبيعها بخمس سنتيمات فقط ولكنها كانت مليئة بالأخبار التافهة، وخاصة أخبار الجريمة والحوادث الدامية. والغريب أن حكام فرنسا كانوا يرحبون بهذه الاتجاه، على أنه خير طريقة لتحويل أنظار الناس عن الأمور السياسية والاقتصادية. والحقيقة أن عصر ازدهار الفن الصحفي في فرنسا يقع في عهد الجمهورية الثالثة وهي التي استمرت حوالي 44 عاماً من بعد حرب سنة 1870 إلى بداية الحرب العالمية الأولى. وقد ساعد على ميلاد الفن الصحفي وازدهاره ظاهرة التحضر التي سبق الإشارة إليها، ونعني بها التقدم الصناعي الذي جذب عددا هائلا من سكان الريف إلى المدن، وتحسن طرق النقل والمواصلات نتيجة لتقدم الصناعة واختراع التلغراف والتليفون، وتطور صناعة مواد الطباعة من حروف وكليشهات، واختراع آلة الطباعة البخارية بفضل كونيج الإنجليزي، وبدء استخدام الليونوتيب والروتاتيف أي الطباعة الدوارة. وذلك فضلا عن زيادة عدد القراء نتيجة لظهور الصحيفة زهيدة الثمن، وانتشار الإعلانات وزيادتها. غير أن التعليم كان قوة دافعة للفن الصحفي، فانتشار التعليم الابتدائي في تلك الحقبة قد ضاعف عدد قراء الصحف، كما تضاعف عدد الناخبين وزاد اهتمامهم بأداء الواجبات المدنية والوطنية ومتابعة الأخبار الصحفية. يضاف إلى ذلك أن التوسع الاستعماري لفرنسا في تلك الفترة، قد ألهب حاسة الفضول عند الجماهير، وحمل الصحف المسئولية إشباع تلك الحاسة. وفي بداية القرن العشرين بلغ عدد الصحف الصادر في فرنسا نحو 6000 صحيفة. غير أن ظهور الاحتكارات الكبرى ما لبث أن خفض عدد هذه الصحف تخفيضا هائلا. فامتكلت وكالة هافاس خمس صحف، أما

---

(1) د. إبراهيم إمام: دراسات في الفن الصحفي، مصدر سابق، ص 16.

وكالة هاشيت فقد كانت قبل الحرب تقوم بتوزيع الصحف بصفة احتكارية، كما تقوم بذلك حتى الآن[1].

وقد عرفت الصحافة الفرنسية في هذه الفترة نقطة تحول تاريخية نظراً لما أفرزته الثورة الفرنسية سنة 1789 من نتائج ايجابية في جميع الميادين السياسية والاجتماعية والثقافية والتقنية فتوسعت دائرة عملائها وقراءها وأصبح التداول عليها كبيرا وعدد توزيع صحفها ضخماً، ويمكن تلخيص أهم العوامل التي اجتمعت مساهمة في تطور هذه الصحافة وتوسع سوقها في النقاط الآتية:

1- تغير النظام السياسي وخلقُ ثقافة الانتخاب وظهور المتدبين كان من بين أهم العوامل التي رفعت من وتيرة الاهتمام بأخبار السياسة والمجتمع لدى الرأي العام في هذه الفترة فأصبح الفرنسيون يتوقون لمعرفة جديد البرامج وما يحدث بشكل دوري في المحافل السياسية، الأمر الذي وفرته لهم عديد الدوريات الوطنية والمحلية.

2- انخفاض أسعار بيع الصحيفة الواحدة نتيجة للتطور الباهر في مجال التصنيع والطباعة بشكل خاص فبعدما كانت هذه الأخيرة من امتيازات النخبة الحاكمة فحسب أصبحت في متناول الفئات البرجوازية الأخرى وأبناء المدن الأمر الذي أثر على محتوياتها فوجدت الصحف التي زاد عددها وتلونت اتجاهاتها وتباينت أغراضها أن قراءها الجدد لا يلتمسون فيها غير الأخبار ولا يقبلون على مقالات الأدب والفلسفة فحسب فكانت الصحيفة التي تنشر خبر غرق كلب نهر على سبيل المثال في نهر السين تتحدث عنها باريس أكثر مما تتحدث عن صحيفة شغلت صفحاتها بمقالات الأدباء و العلماء[2].

3- استبدال ورق الشيفون النادر والمكلف بورق الخشب سنة 1811 و تزامن هذا مع

---

(1) د. إبراهيم إمام: دراسات في الفن الصحفي، مصدر سابق، ص 17.

(2) إبراهيم عبده: دراسات في الصحافة الأوربية: تاريخ و فن، مطبعة جامعة فؤاد الأول، مصر، 1951، ط 1، ص 37.

ظهور الصحافة الميكانيكية في لندن، مما ساهم في رفع سقف الإنتاجية بحيث كانت هذه الآلات الخاصة بالصحف تستطيع نسخ من 7 آلاف إلى 12 ألف نسخة في الساعة، ولتصبح سنة 1866 حتى 18 ألف نسخة في الساعة[1].

4- تطور مجال المواصلات والنقل والذي ساهم بشكل كبير في اتساع رقعة نشر الصحف، الأمر الذي خلق ثقافة الاشتراك والمداومة على اقتناء عناوين معينة لدى الفرنسيين في مختلف أرجاء البلاد.

5- مع تراكم القاعدة التكنولوجية آنذاك في العالم لدرجة لم يعد هناك مشكلة تستعصى على الحل ظهر جهاز التلغراف هذه الوسيلة التي داعبت خيال الناس وحيرتهم لقرون عديدة والتي كان لها الأثر الأكبر في سيرورة تبادل المعلومات بين الصحف ومراسليها ووكالات الأنباء سنة 1855 جميع محافظات فرنسا كانت مرتبطة عن طريق التلغراف الكهربائي بباريس.

6- تأسيس وكالة (هافاس) الفرنسية للأنباء سنة 1835 والتي أحست الصحف بأهميتها فاشتركت فيها، وحاولت البعض الأخرى أن تستغني بنشاطها الخاص عن خدماتها فعجزت إذ تميزت وكالة هافاس بمنابع أخبارها العديدة التي كان يوافيها بها مراسلوها من لندن وبروكسل وروما ومدريد وفيينا ومدن ألمانيا المختلفة، وقد جعلتها مصادرها تلك سنة 1850 في القمة من حيث السرعة والدقة وحسن اختيار الأخبار وتوزيعها، الأمر الذي تعجز عن أدائه صحف فرنسا مجتمعة[2].

7- ظهور الإعلان في صفحات الجرائد الفرنسية في حوالي سنة 1840 مما ساهم في انخفاض أسعار الاشتراكات وولادة صحافة منخفضة السعر بامتياز[3].

---

(1) LUDMILA CABAC, LE RÔLE DE LA PRESSE FRANÇAISE DANS L'APPARITION ET LE DÉVELOPPEMENT DE LA PRESSE DANS LES PAYS ROUMAINS,UNIVERSITÉ D'ÉTAT «ALECU RUSSO» DE BALŢI, Roumanie , 2011 , p 13.

(2) إبراهيم عبده: مرجع سابق، ص 38.

(3) Dossier pédagogique: Histoire de la presse d'information politique et ==

وتشير إحدى الدراسات المتعلقة بالصحافة الفرنسية إلى أنها بدأت تعاني من انخفاض نسبة قرائها وقلة عدد التوزيع بسبب الطفرة النوعية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي عرفتها أوروبا بشكل عام مع انتشار استخدام جهاز الراديو ومن ثم التلفزيون على نحو واسع واللذان أصبحا محطة اهتمام الفرنسيين الذين وجدوا منبعاً جديداً يستقيون منه الأخبار و الإعلانات و المواد الترفيهية فضلا عن هذا السبب كان لارتفاع تكاليف الإنتاج و التوزيع دور كبير في اختفاء العديد من صحف الرأي بعد سنة 1968 على غرار L'Aube ، Populaire Le وعدم نجاح أخرى بمجرد انطلاقها[1]. ومنذ عام 1975 أصيبت الصحافة الفرنسية بشكل عميق في حجم توزيعها ولعل أحسن الأرقام التي تعبر على ذلك انخفاض عدد الصحف الوطنية من 26 صحيفة سنة 1945 إلى 10 فقط سنة 2001 وترافق هذا الانخفاض مع تراجع كبير في أعداد السحب فمن 15 مليون نسخة سنة 1946 تراجع العدد إلى 9 ملايين فحسب عام 2001 ليستقر بعدها عند عدد 6,7 مليون نسخة سنة 2002 [2].

وتشير دراسة أخرى عن الصحافة الفرنسية إلى أنه صدور حوالي 20 مجلة موجهة للجنس اللطيف يزيد عدد نسخ إصدارها عن المليون نسخة خلال السبعينات من القرن العشرين، فضلاً عن 23 مجلات موجهة للأسرة والبيت، و 12 مجلة للعاطفة والخيال، وأكثر من 27 مجلة موجهة للشباب والمراهقين والأطفال، وحوالي 15 مجلة دينية كاثوليكية، ومجلات رياضية ونقابية ومتخصصة أخرى[3].

==

générale en France et dans les Alpes–Maritimes , Archives départementales des Alpes - Maritimes, p 2.

(1) Dossier pédagogique: Histoire de la presse d'information politique et générale en France et dans les Alpes–Maritime , op.cit , p 7.

(2) Ibid , p8

(3) أ.د محمد البخاري: مراحل تكون الصحافة الدولية، بحث منشور في أرشيف المدونة الالكترونية للأستاذ الدكتور محمد البخاري المنشورة عام 2009 على الموقع الآتي:

http://muhammad-2009.blogspot.com/2009/11/blog-post_03.html

صحيفة ليموند:

تعد صحيفة ليموند Le Monde وتعني (العالم)، من أشهر الصحف الفرنسية التي يعتمد عليها في توثيق الأحداث في فرنسا، وهي صحيفة مسائية، والصحيفة الوحيدة التي توزع خارج نطاق الدول الفرانكفونية. وقد أسس الصحيفة هيوبتر بيوف- ميري بطلب من الجنرال تشارلس ديجول بعد طرد الألمان من فرنسا عقب الحرب الدولية الثانية، وقد صدر عددها الأول في 19 كانون الأول 1944م. وتعد ليموند من صحف وسط اليسار، أو ما يمكن أن يطلق عليه صحف معتدلة في مواقفها في الحياة السياسية الفرنسية. وبينما كانت مؤيدة لسياسات الرئيس الفرنسي ميتران، فقد كانت كثيرة الانتقاد لسياسات جاك شيراك ومعه الرئيس الحالي ساركوزي.

ومن أهم ما تتميز به الصحيفة هو تركيزها الأكبر على الآراء والتحليلات السياسية التي تتميز بها، ولكن هذا لا يأتي على حساب اهتمامها بتسجيل الأحداث، فهي تشكل مصدراً توثيقياً للأحداث الفرنسية على وجه الخصوص. وقد صدر عام 2003م كتابا جدليا بعنوان (الوجه المخفي لليموند) انتقد فيها قيادات الصحيفة بأنهم غير فرنسيين في حرصهم على المصالح الفرنسية العليا، ويضعون أنفسهم في دوائر ضيقة تفقدهم الاستقلال السياسي، وتزج بهم في تبعية حزبية، وقد اعترضت الصحيفة على ما كتب عنها في هذا الكتاب - الذي ألفه كل من بير بيان وفيلب كوهن — وتم الاتفاق على عدم طباعة أي طبعات أخرى لهذا الكتاب في تسويه بين الطرفين.

وتتميز الصحيفة بهيكلية إدارية تضع العاملين فيها ليس فقط كموظفين، بل مساهمين فيها، ويشاركون في انتخابات الإدارات والقيادات العليا في المؤسسة. وقد أصاب ليموند ما أصاب باقي الصحف في العالم، من تناقص في توزيع الصحيفة، حيث انخفضت من حوالي 406 آلاف نسخة في عام 2001م إلى حوالي 364 ألف نسخة عام 2004-2005م. ويجب التفريق بني ليموند الصحيفة اليومية وبين ليموند دبلوماتيك Le Monde Diplomatique التي هي عبارة عن إصدار شهري تمتلك صحيفة ليموند منه 51٪ من أسهم هذا الإصدار.

صحيفة ليفيجارو:

صدرت ليفيجارو Le Figaro أسبوعية من بداية تأسيسها عام 1826م، ولم تكن منتظمة حتى عام 1954م عندما امتلكها ديفيد ليميسان الذي حولها إلى صحيفة مهمة وذات توزيع كبير من بين الصحف الفرنسية. وقد دخلت ليفيجارو معترك الحياة السياسية عندما اغتالت زوجة أحد رؤساء الوزراء (كايلوكس) رئيس تحرير الصحيفة كالمت عام 1914م عندما نشر رسالة تتهم زوجها بالفساد. واستمر تقدم الصحيفة بين الصحف المنافسة، إلى أن وصلت إلى الصحيفة الأولى في فرنسا مع بداية الحرب الدولية الثانية، وأصبحت الصحيفة صوت الطبقة الوسطى في المجتمع الفرنسي، وخاصة الشرائح العليا من هذه الطبقة، وأصبحت صوتاً محافظاً في الحياة السياسية. ويمتلك رجل الأعمال المعروف سيرج داسول نسبة كبيرة ومؤثرة من أسهم ملكية هذه الصحيفة، وهو سياسي محافظ ومرتبط بشركات لصناعة الأسلحة في فرنسا. وهذا أثار الكثير من اللغط حول الاستقلال التحريري للصحيفة، لإنتمائته – ولإنتماءات إبنه – لأحد الأحزاب السياسية في فرنسا UMP.

صحيفة ليبراسيون:

أصدر الفيلسوف والمفكر الوجودي جون بول سارتر وآخرون من مفكري اليسار صحيفة ليبراسيون Liberation عام 1973م والتي تعني الحرية أو التحرير ومركزها العاصمة الفرنسية باريس. ونفس الاسم كان اسم صحيفة مقاومة فرنسية للاحتلال الألماني أثناء الحرب الدولية الثانية في شمال فرنسا، وفي جنوبها، حيث صدرت عام 1941م، ولكن الشكل المستمر من هذه الصحيفة هو الذي أصدره سارتر عام 1973م، وكان رئيسا لتحريرها حتى عام 1974م. وجاء هذا الإصدار نتيجة تداعيات مظاهرات الاحتجاج التي اجتاحت فرنسا وكثير من عواصم ومدن العالم الغربي في نهاية الستينيات من القرن الماضي. ويتمركز الخط السياسي للصحيفة في يسار الوسط. ومنذ بدايتها مع الخط اليساري في الثقافة والحياة السياسية الفرنسية، إلا أنها تعرضت لمطبات كثيرة خلال الثمانينيات والتسعينيات، إلى درجة أنها خرجت تقريبا

من محور اليسار السياسي بحكم تبنيها لبعض القضايا التي أغضبت قرائها من أصحاب هذا التوجه. وقد وصل توزيعها عام 2007م إلى حوالي 140000 نسخة، بتراجع منتظم خلال السنوات الماضية، حيث كان توزيعها عام 1999م حوالي 170000 نسخة يومياً.

ومن الملفت للنظر أن الفلسفة اليسارية قد أثرت على بناء هياكلها الإدارية، حيث لم يكن يوجد في السنوات الأولى أي نظام هرمي في السلطة الإدارية يعكس تفاوت في السلم المالي لموظفي الصحيفة، وقد تحدد راتب واحد يتقاضاه رئيس التحرير ونفس الراتب بدون زيادة أو نقصان يتقاضاه العامل (الفراش) الذي ينظف أو يحضر الشاي أو القهوة. ولكن لم يدم ذلك كثيرا، حيث دخل مستثمرون جدد في الشراكة لرأس مال الصحيفة، كما دخل الإعلان - الذي كان محرما عليها – ضمن إيرادات الصحيفة في الثمانينيات من القرن الماضي، مما اضطر الصحيفة أن تعود إلى النظام المالي الاعتيادي الذي يفرق بين وظائف الصحيفة حسب الهيكل الإداري لها. وقد توقفت الصحيفة لفترة قصيرة حوالي ثلاثة أشهر خلال عام 1981م، ولكنها عادت تحت إدارة يرج جولاي July أحد مؤسسيها، الذي اختط لها خطوطا سياسية واضحة، حيث بنت سياستها التحريرية على مقاومة العنصرية، ودعم حقوق العمال وحقوق المرأة. ولا ترتبط ليبراسيون بأي حزب سياسي في فرنسا، ولكن تعكس على صفحات الرأي فيها مختلف وجهات النظر السياسية، ولهذا يراه البعض كصحيفة بديلة للصحف الفرنسية القائمة. وتعرضت الصحيفة خلال عامي 2006–2007م إلى هزات عنيفة، اضطر فيها جولاي أن يستقيل تحت ضغط روتشيلد Rothschild أحد رجال الأعمال الذي امتلك 37٪ من رأسمالها، وقدم آخرون استقالاتهم احتجاجا على تدخلاته في التحرير. وانتقل الجدل بينه وبين جولاي وغيره إلى صفحات صحف أخرى، كانت أبرزها ليموند، التي استاثرت بكثير من الغسيل والفضائح عن هذه الصحيفة.

الصحافة البديلة (صحافة المواطن)

عندما يتسلح أي مواطن بمجموعة من الآلات الاتصالية الإلكترونية الصغيرة (كاميرا رقمية، حاسوب محمول، مسجل صوتي صغير..) وينزل إلى الميدان ويتجه صوب الحدث يقتنص الأخبار فهل تمكنه تلك التقنية الذكية من أن يتحول إلى صحفي؟ عندما يقوم أي مواطن بإعداد حديث صحفي مع شخصية عامة وينشر تفاصيله على مدونته الإلكترونية (البلوغ) فهل يخول له هذا العمل من أن يصبح صحفيا محترفا؟ عندما ينشر أي مواطن أخبارا ومعلومات لم تتمكن المؤسسات الإعلامية التقليدية العريقة من الوصول إليها فهل يضفي عليه ذلك السبق الصحفي صفة الصحفي؟

في 22 نوفمبر من سنة 1963 كان المواطن من أصل أمريكي (ابراهام زبردار) في مدينة دالاس يصور مرور موكب الرئيس الأمريكي كندي فوقع ما لم يكن منتظراً: اغتيال رئيس الولايات المتحدة الأمريكية الأكثر شعبية. بعد أيام قليلة باع هذا المواطن الأمريكي صوره تلك الحادثة لمجلة Life الأمريكية بسعر (150) ألف دولار. الفرق هو أن كاميرا أبراهام في ذلك الوقت كانت كبيرة الحجم وثقيلة ونوعية صورها متواضعة الجودة ولا يستطيع كل الناس شراؤها، أما اليوم فلا يشترط أن تكون معك كاميرا

حتى تقتنص الخبر بل عليك فقط أن تكون في المكان المناسب وفي الزاوية المثلى لالتقاط أول وأفضل صورة. أصبحت التكنولوجيا الرقمية للصوت والصورة والنص في متناول الجميع وعلامة على دمقرطة نشر وإرسال وتلقي المعلومة ونقدها[1].

يمكن تعريف صحافة المواطن بأنها: أسلوب صحفي جديد اتسع وأصبح شائعاً في الممارسة الصحفية وخاصة في النموذج الغربي. فمنذ بداية التسعينات من القرن الماضي ظهرت العديد من المحطات الإذاعية والتلفزيونية والصحف والمجلات العامة والخاصة التي تأخذ من صحافة المواطن توجهاً فكرياً ومهنياً في ممارسة الصحافة. وقد ظهرت في الولايات المتحدة عام 1995 أكثر من مئة مؤسسة صحفية تنتهج صحافة المواطن كأسلوب صحفي في علاقتها بالشأن العام، وباتت بذلك حاضرة في كل جدل ونقاش مهني وأكاديمي يتعلق بالصحافة. إن أسلوب صحافة المواطن بسيط ويكاد يكون السيناريو واحداً، إذ ما أن تفتح محطة تلفزيونية أو إذاعية أو صحفية جديدة إلا وقامت بمسح للآراء يشمل عامة الناس بهدف معرفة مشاغلهم الحقيقية من أجل خدمتهم بأسلوب إعلامي صحيح وصادق من خلال من خلال قراءة دقيقة ومعالجة للبيانات والمعلومات التي جمعت أثناء ذلك المسح الاجتماعي للآراء يقع إعداد مجموعة من التقارير الصحفية عن المشاكل الكبرى والهامة التي يواجهها المواطنون[2].

وتعد صحافة المواطن صحافة بديلة مختلفة عن الصحافة التقليدية السائدة في مجتمعات ما قبل ثورة الاتصال الحديثة وهي ذات منشأ غربي (أمريكي بالتحديد). وقد ظهرت نتيجة التطور الصحفي من نهاية القرن الماضي وتعتبر موضوع الإعلام البديل موضوعاً فكرياً من سياق نظرية الاتصال الحديثة وهو امتداداً فكرياً لأطروحات

---

(1) د. جمال الزرن: البيئة الجديدة للاتصال أو الايكوميديا عن طريق صحافة المواطن، بحث منشور في مجلة الباحث الإعلامي (بغداد) العدد (17) تموز - آب - أيلول 2012، ص 20 - 21.

(2) د. جمال الزرن: مصدر سابق، ص 23 - 24.

الثقافة المضادة بكونها مجموعة من القيم والمبادئ ذات النسق المضاد للنظام السياسي والاقتصادي القائم. إن نقد وسائل الإعلام السائدة من قبل صحافة المواطن هو مقدمة لنقد حال الديمقراطية وهيمنة وسائل الإعلام على المجال العمومي وخضوعها إلى مجموعات الضغط السياسي والاقتصادي وإعطاء المواطن حقه في الحصول على المعلومات الضرورية لصياغة مستقبله تعتبر كلها قضايا خلافية وذلك لما لها من تأثير على موضوع الحرية في النظام السياسي.

ومن بين أبرز الأمثلة التي تذكر في مجال صحافة المواطن أي المواطن حينما يكون هو المنتج وهو المرسل بعد أن كان مستقبلاً طيلة العقود الماضية يمكننا أن نجد ما يأتي:

1- نقل إعدام صدام حسين إلى الصحافة الدولية المسموعة والمرئية والمقروءة عبر صورة مأخوذة عن كاميرة موبايل عن طريق شخص لا يعمل في وسائل الإعلام، ولا يحترف مهنة الصحافة، ولم يكلف كمراسل صحفي لنقل وتغطية وقائع هذا الحدث.

2- المثال الثاني الذي يذكر على صحافة المواطن هو موضوع الصحفية الإيرانية (ندى أغا سلطان) التي قتلت في التظاهرات الإيرانية التي جرت في أعقاب فوز الرئيس الإيراني محمود أحمدي نجاد في الانتخابات الإيرانية التي جرت مؤخراً فقد استطاع أحد المواطنين من أن ينقل عبر هاتفه المحمول وبواسطة الوسائط المتعددة حادثة مقتل الصحفية وعن طريق موقع يوتيوب حيث استطاع أن ينقل للعالم حدث إعلامي كبير عن مقتل الصحفية الإيرانية برصاص شرطة مكافحة الشغب الإيرانية.

3- المثال الثالث الذي يذكر من صحافة المواطن هو حادثة سقوط الطائرة الأمريكية في نهر هدسون في نيويورك يوم 15 شباط 2009 والتي نقلها إلى العالم مواطن أمريكي كان حاضرا في مكان سقوط الطائرة وقت الحادث.

4- حادثة الاحتلال الإيراني لحقل الفكة العراقي حيث استطاع أحد المواطنين بواسطة كاميرا الموبايل الشخصي أن يصور عملية احتلال الحقل النفطي في الفكة من قبل جنود إيرانيين ونقل هذا الحدث إلى وسائل الإعلام الذي اهتمت به كونه يتزامن مع الحملة الغربية الموجهة ضد إيران.

صحافة المدونات

تعد صحافة المدونات المنتشرة اليوم على صفحات شبكة الانترنت أحدى أهم الأشكال والاتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية. ويصف باحثون ظاهرة التدوين بأنها تمثل نمطاً صحفياً جديداً من صحافة المواطنين من خلال تركيزها الواضح على قضايا سياسية واجتماعية مما يجعلها أحد مدخلات الخطاب العام المطروح على المجتمع[1]. والمدونة هي: المصطلح الأكثر قبولاً لكلمة blog الانكليزية التي تحتوي على كلمتين Web log وتعني سجل الشبكة، وعادة ما تكون لفرد يقوم بإدخال تعليقات، أو يصف حدث معين أو يضيف إليها المواد والرسومات أو الفديو، والمدخلات تكون مرتبة ترتيباً زمنياً تصاعدياً. وتعد قدرة القارئ أن يضع تعليقات في شكل تفاعلي جزءاً هاماً في العديد من المدونات. وهناك مدونات توفر الأخبار أو التعليقات على موضوع معين، وأخرى تعمل كاليوميات الشخصية على الانترنت، والمدونة النموذجية هي التي تجمع بين النصوص والصور وروابط مدونات أخرى

---

(1) د. هشام عطية عبد المقصود: دراسة لخطاب المدونات العربية، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2010، ص 4.

وصفحات ويب ووسائل الإعلام ذات الصلة بالموضوع[1].

ومنذ أنشئت شبكة الانترنت وانتشرت خدماتها والسؤال المطروح يدور حول موقع الشبكة من وسائل الإعلام وتأثرها بالتطور السريع للشبكة حيث وجد جمهور المتلقين ضالته في خدمات الشبكة وبدأ يعتمد عليها في تلبية حاجاته إلى الإعلام والمعلومات وبناء الشبكات الاجتماعية والمجتمعات الافتراضية ويدعم الدور الجديد الذي ساعدت الشبكة على القيام به وهو دور المشارك في العملية الإعلامية بالنقد والتعليق، بعد أن كان الدور يقف عند حدود القبول أو الرفض والإقبال أو العزوف بل أن جمهور المتلقين بفضل الخدمات الجديدة تجاوز حدود المشاركة إلى القيام بدور منتج الوسيلة والمحتوى معاً. وتمثلت هذه الخدمة في سجلات التدوين على شبكة الانترنت التي يطلق عليها اصطلاحاً المدونات Blogs. وأتاحت خدمات الشبكة للمستخدمين إمكانيات إنتاج الوسيلة وتحرير محتواها ونشره على الآخرين وتبادل الرأي والتعليقات حول ما ينشر أو يذاع في هذه المدونات. ومع تطورها وتزايد أهميتها أصبحت مصدرا للأخبار ووسيلة لتحقيق العديد من الوظائف وإشباع الحاجات[2]. وقد اكتسبت ظاهرة المدونات أو (البلوجز) زخماً كبيراً في السنوات الأخيرة بعد التزايد المطرد في أعدادها في المنطقة العربية حتى أصبحت تلك المدونات تمثل كل منها ما يمكن أن يشكل صحيفة قائمة بذاتها لها جمهورها ومواقفها واتجاهاتها وتعبر مجتمعة عن كل ألوان التعدد السياسي والاجتماعي والثقافي والفكري في العالم العربي.

ومع ظهور المدونات وانتشارها بدأت البحوث والدراسات الأكاديمية في الإعلام والصحافة في دراستها منذ أن بدأ الإشارة إليها على أنها ظاهرة جديدة على

---

(1) أ.م.د عبد الأمير مويت الفيصل: قراءة في مواقع التواصل الاجتماعي – الفيس بوك أنموذجاً، بحث منشور في كتاب الإعلام والهوية الوطنية – بحوث المؤتمر السنوي الخامس 15– 16 آيار 2011، كلية الإعلام بجامعة بغداد، 2011، ص 359.

(2) د. محمد عبد الحميد: المدونات – الإعلام البديل، القاهرة، عالم الكتب، 2009، ص 51 – 52.

الشبكة. وبدأ الكثيرون بالتنبه إلى زيادة عدد مواقع المدونات إلى ما يزيد عن مائة مليون موقع مع بداية عام 2009 وأصبحت وسيلة منافسة لوسائل الإعلام يتبناها جمهور هذه الوسائل نفسه باعتبارها أداته لتلبية حاجاته الإعلامية وكان إلى جانب المدونات المكتوبة المدونات الصوتية التي تستخدم الصوت في الوصول إلى المتلقين. إن الأصل في تعريف المدونات هي كلمة Log وهي معروفة بمعنى التسجيل والتدوين ليوميات السفن أثناء الإبحار، ولأن ما يتم تسجيل أو تدوين على شبكة الويب Web فقد تم صك المصطلح ليجمع بين العملية وموقع تنفيذها فكان مصطلح Weblog وهو ما يعني سجل الويب Log of the Web. ويمكن تعريف المدونات بأنها: (وسيلة من وسائل الاتصال على شبكة الانترنت، وشكل من أشكال صحافة الشبكات ينشؤها أفراد أو جماعات لتبادل الأفكار والآراء حول الأخبار أو الموضوعات ذات الاهتمام المشترك التي يطرحها الناشر على صفحاتها بنظم الإتاحة الفورية أو الاستدعاء اللاحق من أرشيف الرسائل والروابط النصية الفائقة دون قيود على حرية القارئ في المناقشة والتعليق على الرسائل المتاحة بالنصوص أو الوسائل المتعددة. وكذلك حريته في التجوال بين الروابط واستدعاء الرسائل والمداخلات السابقة[1].

---

(1) د. محمد عبد الحميد: المدونات - الإعلام البديل، مصدر سابق، ص 53-59.

الصحافة الاستقصائية

من الأنواع الحديثة للصحافة الدولية ما يعرف بالصحافة الاستقصائية التي من بين وظائفها المهمة مكافحة ظاهرة الفساد المستشري في بلدان العالم، والتي يمكن تعريفها بأنها: صحافة التقصي أو الاستقصاء أو العمق هي مصطلح عمره يزيد على نصف قرن في دول العالم المتقدم، وتحديداً في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، وهي تعني: (سبر أغوار الظواهر المجتمعية المختلفة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، ومحاولة الوصول إلى عُمقها عن طريق الاستبيان أو دراسة البيانات المتوفرة أو التحقيقات الجنائية أو الحسابية، ابتغاء تجلية حقيقتها أمام الرأي العام وصناع القرار، أيا كانت هذه الحقيقة، وأيًا كان مَن يوافقها أو يجافيها). وتنبع أهمية الصحافة الاستقصائية من الوظيفة التي تؤديها، فهي تعد جزءً من العمل الرقابي التخصصي، والذي من الممكن أن يصنع رأي عام بين الجمهور خاصة إذا تبنته بعض الجهات السياسية ووسائل الإعلام.كذلك فان الصحافة الدولية تعد أداة لأرشفة جرائم وفضائح وفساد الساسة والمسؤولين، ويقال في الغرب: (أن للصحافة الاستقصائية قدرة لا تضاهى على ربط مسؤولين بجرائم معينة) لاسيما أن الصحافة الاستقصائية هي أداة للوصول للحقيقة (من مصدرها الأصيل)، والوقوف على صدقها من آذبها، تضخيمها من تحجيمها، أداة تعمق فهم الحدث، وهي بوابة مهمة لشروع أجهزة الدولة

في فتح التحقيقات في جرائم المال والإدارة. وتمثل الصحافة الاستقصائية اليوم صحافة العمق، وهي الصحافة الحية الناجحة المؤثرة مستقبلا، وهي ضرورة لنهوض صحافة مؤسساتنا الإعلامية تحديداً، وهي مبرر لوجودها. ومن بين النماذج المهمة للصحافة الاستقصائية في العالم العربي يمكن ذكر التحقيق الصحفي الاستقصائي للأديب الصحفي (إحسان عبد القدوس) عام 1949 والذي فجر فيه فضيحة الأسلحة الفاسدة التي تم تزويد الجيش المصري بها في مواجهته مع الكيان الصهيوني في فلسطين عام 1948. وقد عدها البعض من أسباب التئام تنظيم الضباط الأحرار، وإرهاصات التغيير في مصر عام 1952. أما النموذج الغربي للصحافة الاستقصائية فيمكن أن نذكر استقالة الرئيس الأمريكي نيكسون من منصب الرئاسة في عام 1974 على إثر فضيحة ووترجيت التي فجرها الصحفي الشهير (بوب وود ورد)، في جريدة (الواشنطن بوست) والتحقيق الاستقصائي للصحفي الأميركي (سيمور هيرش) والذي فضح فيها تفاصيل مذبحة (ماي لاي) في فيتنام عام 1969. والتي كشف فيها النقاب للمرة الأولى عن الترسانة النووية الصهيونية التي كانت سراً غامضاً لعشرات السنين في كتابه (الخيار شمشون) في عام 1991، إضافة إلى إسهامه في كشف وقائع تعذيب المسجونين العراقيين في سجن (أبو غريب).

ومن خلال تقرير منظمة الشفافية الدولية في مقدمته للتقرير العالمي للفساد لعام 2003 نستطيع أن نتلمس بوضوح دور ووظائف الصحافة الدولية في معالجة ظاهرة الفساد حيث لم يعد الفاسدون يجدون أماكن للاختباء، وان الفاسدين يفرون ويختبئون من الصحفيين وكاشفي أعمال الفساد الشجعان. إن حرية الاطلاع على المعلومات لا تكفي، فحتى لو كانت المعلومات تتميز بالدقة والانحراف، فإن الفساد سوف يستشري بغياب مراقبة سهر وسائل الإعلام والصحفيين المحققين وكاشفي أعمال الفساد.

إن المعالجة الصحفية لظاهرة الفساد تساعد على تعزيز الشفافية في أعمال المنظمات والأجهزة الحكومية وتعميق الوعي لدى المواطنين ومنظمات المجتمع المدني بشأن عمليات اتخاذ القرار وانتهاج السياسات ذات الأثر في الوضع الاقتصادي، والهدف من

ذلك هو خلق قوى ضاغطة محلية أو دولية لتحسين أداء الحكم وترشيد السياسات والكشف عن الفساد ثم محاربته. ويبدو أن دور الصحافة في معالجة ظاهرة الفساد يختلف من مجتمع إلى آخر، وقد حدد الباحثون في هذا المجال خمسة معايير أساسية يتوقف عليها دور الإعلام في مكافحة الفساد هي: نوعية الصحافة، والبيئة القانونية والتنظيمية لوسائل الإعلام، وتعددية مصادر الأنباء، والدعم المادي للإعلام، وأخيراً تنمية جمعيات لها علاقة بوسائل الإعلام ومنظمات غير حكوميه واتحادات.

إن هذه الأوجه الخمسة لوسائل الإعلام تساهم في تحديد قدرتها على القيام بدورها في مكافحة الفساد. كما أن قدرة وسائل الإعلام المادية يمكنها من تحرير صحافه مستقلة، والإنفاق على تقارير لاستقصاء المعلومات. وتستطيع المنظمات غير الحكومية تلك التي تتمتع بحرية الرأي من دعم وسائل الإعلام الجريئة والصحفيين الذين يكافحون الفساد، أما بالنسبة لتعددية مصادر الأنباء فهي تعني أن المواطنين لديهم إمكانية الحصول على وجهات نظر متعددة، وان أحد المصادر لا يهيمن على الأخرى.

وإذا حاولنا معرفة دور الصحافة في معالجة ظاهرة الفساد، نجد أنها تمارس أدوراً معروفة مثل تقديم المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرار والتثقيف والتسلية وتنشيط الأدوار في المجتمع، بالإضافة إلى أنها جهاز رصد وإنذار مبكر وسريع لأي خلل، ويتمثل ذلك في:

1- مراقبة السلطة التنفيذية وقراراتها: التي تؤثر على ملايين المواطنين.
2- المحاسبة والتدقيق: ويبرز ذلك في التفتيش على الدفاتر القديمة والخطط التي لم تنفذ الوعود التي أطلقت جزافاً.
3- مكافحة الفساد وكشف المنحرفين ومن يستغلون مناصبهم دون وجه حق.
4- كشف سوء الإدارة.
5- إثارة تحقيقات برلمانية وقضائية حول قضية معينة يدور حولها حديث مرتبط بالفساد.
6- ردع الحكومة وكل من يملك سلطة.
7- إعادة ترتيب الأولويات عند الكشف عن أخطاء معينة.

ولقد اهتمت العديد من دول العالم بسن التشريعات القانونية وتنظيم القواعد الأخلاقية التي تبرز دور الصحافة في مكافحة الفساد، وقامت بعضها بالتوقيع على الاتفاقيات والمعاهدات الدولية المعنية بهذا الغرض، وقد أشارت كل من منظمة الأمم المتحدة للعلوم والتربية والثقافة، والمجلس الاقتصادي الاجتماعي التابع للأمم المتحدة في هذا الصدد إلى إبراز دور الصحافة في حل المشاكل الإنسانية والاجتماعية والاقتصادية، والمساعدة على دعم احترام حقوق الإنسان، وصيانة الأمن والسلم العالميين، ويرى الكثير من الباحثين وجود علاقة بين تطبيق هذه الاتفاقيات ومنع انتشار الفساد.

تبدأ كتابة التقارير والتحقيقات الاستقصائية برائحة قصة تفوح من مكان ما أو حدس يشير إلى موضوع بشكل بذرة لقصة. أما الأمر المهم في هذه المرحلة فهو التفكير بعناية حول النتيجة في أفضل الحالات، وهل القصة تستحق الجهد المبذول والوقت المطلوب. فإذا لم تكن تستحق النشر في صدر الصفحة الأولى فعلى الصحفي أن يتجاهل القصة. ويمكن للتحقيقات الصحفية الجيدة أن تتناول أي مجال من مجالات الحياة لكن هناك فئتين واسعتين تعدان بنتائج مثمرة على وجه خاص: الأنشطة والمنظمات التي تؤدي عملها في أماكن بعيدة عن أعين الجمهور، والشخصيات والمؤسسات التي تظهر فجأة تحت الأضواء الكاشفة، لتبدو وكأنها أتت من المجهول وتنسج حولها بسرعة الحكايات والأساطير، أنها الشخصيات والمؤسسات التي ليست لها خلفية على ما يبدو، لكن في الحقيقة لها مثل هذه الخلفية، ومن المؤكد أن نعثر فيها على قصة صحفية جيدة ومثيرة[1].

وقد تميزت الصحافة الاستقصائية بأداء دور مهم في هذا المجال، فالصحافة الاستقصائية توصف بأنها عمل صحفي منظم ومتعمق يهتم بالبحث في أنشطة الحكومات والسياسيين، ورجال الأعمال، والأفراد الذين يعملون في أنشطة عامة، ويعتمد هذا

---

(1) ديفيد راندال: الصحفي العالمي، ترجمة معين الإمام، الرياض، مكتبة العبيكان للنشر، 2007، ص169.

النوع من الفنون الصحفية على ضرورة التعاون بين الصحفيين والمؤسسات العامة التي تهتم بتقديم خدمات للجماهير. وتتميز الصحافة الاستقصائية بأنها تنشر معلومات حول السلوك الخاطئ الذي يلحق الضرر بالمصلحة العامة، وتستند على معلومات المراسلين وليست المعلومات التي ترد مكاتب التحرير، ويشترط لنجاح هذا النوع من الصحافة ضرورة أن تتوافر لدى المراسلين أشكال مختلفة من الخبرة تمكنهم من إعداد تقارير إخباريه مدعومة بالوثائق، ومن الضروري أيضا في عمليات تقصي الحقائق العمل على تحقيق التعاون بين المراسلين ورؤساء التحرير والمختصين القانونيين والمحللين الإحصائيين، وأمناء المكتبات والباحثين.

وليست الصحافة الاستقصائية تغطية عادية لخبر ما. وبعد مضي ما يقارب الأربعين عاماً على فضيحة وترغيت التي أنهت الحياة السياسية للرئيس الأمريكي ريتشارد نيكسون عام 1974، ما زال الجمهور والصحفيون غير متفقين على الإجابات. وتشمل الصحافة الاستقصائية كشف أمور خفيّة للجمهور – أمور إما أخفاها عمداً شخص ذو منصب في السلطة، أو اختفت صدفة خلف رُكام فوضوي من الحقائق والظروف التي أصبح من الصعب فهمها .وتتطلب استخدام مصادر معلومات ووثائق سرية وعلنية. وتعتمد التغطية الإخبارية التقليدية، بصورة عامة وأحيانا كليّاً، على مواد ومعلومات وفّرها آخرون (في الشرطة والحكومات والشركات العامة والخاصة... الخ)، وتعتمد على جمع ردود فعل متعددة حيالها .وعلى العكس من ذلك، تعتمد التغطية الاستقصائية على مواد جُمعت أو استُقيت بمبادرة شخصية من الإعلامي. ولهذا فإنها تُسمّى أحياناً كثيرة» تغطية المشروع وتهدف التغطية الإخبارية التقليدية إلى خلق صورة موضوعية للعالم كما هو .أما التغطية الاستقصائية، فتستخدم بطريقة موضوعية، مواد ومعلومات حقيقية تتحول إلى حقائق يوافق أي مراقب عقلاني على أنها حقيقية[1].

---

(1) د. مارك هنتر (وآخرون): على درب الحقيقة – دليل أريج للصحافة الاستقصائية، ترجمة: غازي مسعود، باريس، منظمة اليونسكو، 2009، ص 17.

والصحفي الاستقصائي هدف ذاتي غير موضوعي يتمثل برغبة في إصلاح العالم فمن المسؤولية أن نعرف الحقيقة كي يمكن تغيير العالم. خلافاً لما يحب بعض المحترفين قوله، فالصحافة الاستقصائية ليست فقط صحافة تقليدية جيدة وحسنة التنفيذ. صحيح أن شكلي الصحافة هذين يركزان على أربعة عناصر هي: من وماذا وأين ومتى، ولكن العنصر الخامس للتغطية التقليدية لماذا، يتحول إلى عنصر كيف في الاستقصاء. ولا يتم تطوير العناصر الأخرى كمياً فقط، بل ونوعياً أيضاً. من ليست مجرد اسم ولقب، بل وشخصية لها صفة وأسلوب مميزان. وليست متى فقط حاضر وقوع الأخبار، بل سياقاً تاريخياً للسرد. وليست ماذا مجرد حدثٍ، بل ظاهرة لها أسباب ونتائج. وليست أين مجرد عنوان، بل موقعاً أو مكاناً تصبح فيه إمكانية وقوع أحداث أو أشياءٌ معينةٌ ممكنة أكثر أو أقل. هذه العناصر والتفاصيل تمنح الصحافة الاستقصائية، في أفضل أحوالها، ميزة فنيَّة تُعزز أثرها العاطفي على المتلقي. باختصار، ورغم أن الإعلاميين قد يقومون بكلا النوعين: التغطية اليومية التقليدية والعمل الاستقصائي في مجرى مهنتهم، فإن النوعين يشملان أحياناً مهارات وعادات عمل وعمليات وأهدافا مختلفة جداً .وهذه الاختلافات مفصَّلة في الجدول التالي. ولكن يجب على القارئ أن لا يقرأ هذه الاختلافات على أنها تعارضات متناقضة. على العكس من ذلك، حين ينسجم عمل الصحفي بشكل أكبر مع الجانب الأيسر من الجدول، فذلك يعني أنه يقوم بتغطية تقليدية؛ وحين ينتقل عمله إلى وضع على يمين الجدول، يبدأ الإعلامي بالتصرف بأسلوب استقصائي[1].

(1) د. مارك هنتر (وآخرون): مصدر سابق، ص 18.

الفرق بين الصحافة التقليدية الصحافة الاستقصائية

الصحافة التقليدية	الصحافة الاستقصائية
البحث:	
تُجمع المعلومات وتُرسل وفق إيقاع ثابت (يومياً، أسبوعياً، شهرياً.)	لا يمكن نشر المعلومات إلا إذا تم التأكد من ترابطها واكتمالها.
يكتمل البحث بسرعة .ولا يتم القيام بأي بحث آخر بعد أن تكتمل القصة.	يستمر البحث إلى أن يتم التثبت من القصة، وقد يستمر بعد نشرها.
تقوم القصة على الحد الأدنى الضروري من المعلومات ويمكن أن تكون قصيرة جداً.	تقوم القصة على الحد الأقصى من المعلومات المَحصَّلة، ويمكن أن تكون طويلة جداً.
يمكن لتصريحات المصادر أن تحلّ محلّ التوثيق.	يتطلب التحقيق الصحافي توثيقاً لدعم تصريحات المصادر أو إنكارها.
العلاقات بالمصدر	
الثقة في المصدر مُفترضة، وفي الأغلب دون التحقق منها.	لا يمكن افتراض الثقة بالمصدر؛ فقد يُقدم المصدر معلومات مزيفة؛ ولا تستطيع استخدام أية معلومات دون التحقق منها.
تُقدم المصادر الرسمية المعلومات للإعلامي مجاناً، لتُعزز دورها وتروج لأهدافها.	تُخفى المعلومات الرسمية عن الإعلامي، لأن كشفها قد يعرض مصالح السلطات أو المؤسسات للخطر.
لا مجال أمام الصحافي إلا قبول الرواية الرسمية للقصة، رغم أنه يمكن أن يعارضها بتعليقات أو بيانات من مصادر أخرى.	يتحدى الإعلامي بصراحة الرواية الرسمية للقصة أو ينكرها، بناء على معلومات يستقيها من مصادر مستقلة.

الصحافة التقليدية	الصحافة الاستقصائية
يتصرف الإعلامي بمعلومات أقل مما تتصرف بها معظم مصادره أو كلها.	يجمع الإعلامي ويتصرف بمعلومات أكثر مما يتصرف به أي مصدر منفرد من مصادره، وبمعلومات أكثر مما يتصرف بها معظم مصادره أو جميعها.
المصادر دائماً مُعرّفة تقريباً.	في الأغلب لا يمكن تعريف المصادر لضمان أمنها.
النتائج	
يُنظر إلى التحقيق الصحافي كانعكاس للعالم الذي يتم قبوله كما هو. ولا يأمل الإعلامي في الوصول إلى نتائج أبعد من مجرد إخبار الجمهور بموضوعه.	يرفض الإعلامي قبول العالم كما هو. فهدف القصة اختراق وضع معين أو تعريته، كي يصلحه، أو يدينه، أو، في حالات معينة، تقديم مثال لطريق أفضل.
لا يتطلب التحقيق الصحافي انخراطاً وحماسا شخصياً من الإعلامي.	دون انخراط شخصي وحماس من الإعلامي، لن تكتمل القصة أبداً.
يسعى الإعلامي لأن يكون موضوعياً قدر المستطاع دون تحيُّز لأي طرف في القصة أو حكم عليه.	يسعى الإعلامي لأن يكون عادلاً ومدققاً في حقائق القصة، وبناء على ذلك، قد يحدد ضحاياها وأبطالها ومذنبيها. وقد يقدم الإعلامي أيضاً حكماً على القصة أو يتخذ أو يصدر قراراً بشأنها.
البنية الدرامية ليست مهمة جدا في التحقيق الصحافي. وليس للقصة نهاية، لأن الأخبار مستمرة.	بنية القصة الدرامية ضرورية لتأثيرها، وتقود إلى استنتاج يقدِّمه الإعلامي أو المصدر.
قد يرتكب الإعلامي أخطاءً، ولكنها حتمية وعادة ليست مهمة.	تُعرِّض الأخطاءُ الإعلاميَ لجزاءات رسمية أو غير رسمية، يمكن أن طُحتم مصداقية الإعلامي والوسيلة الإعلامية.

وقد أثبتت دراسة حديثة أجراها احد الباحثين عام 2013 على عينة من الصحف العراقية وهي: صحيفة الصباح والمدى والمستقبل العراقي للمدة من 1/ 6/ 2011 ولغاية 31/ 5/ 2012 أن الممارسات الأولى للصحافة الاستقصائية في العراق تعود إلى عقد السبعينيات من القرن الماضي، إذ ظهرت في أكثر من مجلة وصحيفة منها: مجلة ألف باء ومجلة وعي العمال ومجلة صوت الطلبة، التي كانت تصدر آنذاك، وكان الصحفي العراقي في تلك الفترة هو الذي يكشف الفساد أمام أنظار المسؤول، إلا أن الوضع تغير بعد عام 2003 وأصبح المسؤول هو الذي يكشف الفساد للصحافة بدواعٍ مختلفة، منها الرغبات الخيرة المتمثلة بتأدية الوظيفة الرقابية للمسؤول ومنها الرغبة في تصفية الخصوم السياسيين بسبب المنافسة السياسية المحمومة بين الأطراف المختلفة. ففي أغلب الأزمات السياسية التي حدثت في البلاد كانت هناك تهديدات بنشر وثائق تكشف عن ممارسات فساد عند الخصوم، وفي هذا الخضم كان الصحفي يؤدي وظيفة النشر والإعلام فقط، لا الرقابة. ولم تكن للصحافة الاستقصائية في المدة التي سبقت عام 2003 صدى صحفياً، إلا أنها كانت تقابل باستجابة حكومية مما جعلها أكثر قدرة على التغيير من الصحافة الاستقصائية الحالية، التي تقابل على الأغلب بقلة اهتمام لقلة تأثيرها فضلاً عن غياب الدعم الإداري والمهني من المؤسسات الصحفية من جهة وغياب التعاون الحكومي من جهة أخرى؛ ولهذا نجد أن الصحفيين العراقيين العاملين في المؤسسات الأجنبية والعربية، قد استطاعوا من تقديم مواد صحفية استقصائية مهمة نال بعضهم جوائز في المسابقات الخاصة بالصحافة الاستقصائية على المستوى العربي.

ومن الاستنتاجات التي قدمها الباحث في الدراسة المذكورة عن الصحافة الاستقصائية في العراق يمكن توضيح بعض المعلومات المهمة عن الصحافة الاستقصائية في العراق وكما يأتي[1]:

---

(1) فراس حسين الياسي: الصحافة الاستقصائية في العراق – دراسة مسحية في جرائد (الصباح ==

1- إن الصحافة الاستقصائية بحاجة إلى خبرة وممارسة طويلة في العمل الصحفي وفي مجال كتابة التحقيقات فضلاً عن أن أكثر الصحفيين الاستقصائيين في العراق تقع أعمارهم ضمن الفئة العمرية (40 – 49) سنة.

2- الصحفيون ذوو التحصيل الدراسي العالي أكثر قدرة على تقديم موضوعات استقصائية؛ ممّا يؤكد احتياج الصحافة الاستقصائية إلى مهارات عالية.

3- إن إقامة الدورات الصحفية الخاصة بالصحافة الاستقصائية غير كافٍ لإنجاز أعمال استقصائية إذا لم تتوافر للصحفي عوامل أخرى مساعدة مثل الدعم المالي وغيرها من الحوافز، فضلاً عن تقصير المؤسسات الصحفية في تقديم دورات لمواجهة المعوقات الأمنية.

4- إن المعوقات الأكثر تأثيراً في كتاب التحقيقات في العراق هي المعوقات الأمنية تليها في القوة المعوقات المهنية ثم المعوقات الإدارية.

5- تتسم إمكانية الوصول إلى المعلومة في ظل القوانين العراقية بالضعف الشديد بنظر كتاب التحقيقات، كما أن هناك ضعفاً في الحماية القانونية الخاصة بالصحفي.

6- يتناسب مستوى تقديم الصحفيين للتحقيقات الاستقصائية تناسباً طردياً مع مدى اهتمام المؤسسة الصحفية وتشجيعها على تقديمه.

7- تتفوق الصحفيات الإناث على الصحفيين الذكور في العراق في إمكانية تقديم موضوعات استقصائية ربما بسبب صبر ومطاولة المرأة في تقصي الموضوعات المعمقة أو لتجاوب بعض المسؤولين مع الإناث أكثر من الذكور.

8- اتسم الدعم المالي لكتاب التحقيقات الاستقصائية بالضعف مما أعاق الصحفيين العراقيين من تقديم أعمال استقصائية لأنها بحاجة إلى دعم مالي استثنائي.

==

والمدى والمستقبل العراقي للمدة من 1/ 6/ 2011 ولغاية 31/ 5/ 2012، رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الإعلام بجامعة بغداد عام 2013، ص221–223 .

9- كما تبين عن البحث إن الزمن الممنوح لكتاب التحقيقات الاستقصائية غير متناسب مع ما تحتاجه التحقيقات المعمقة من وقت.

10-الكُتّاب العاملون على الملاك الدائم للصحف العراقية أكثر قدرة على تقديم تحقيقات استقصائية من أقرانهم الكتاب بنظام القطعة.

الصحافة المجانية
كشكل من أشكال الصحافة الدولية

من الاتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية انتشار ما يعرف بالصحافة المجانية Free Press في أوربا بشكل خاص في منتصف عقد التسعينات من القرن الماضي. وقد أخذت الصحافة المجانية اهتماماً كبيراً في السوق الأوربية والآسيوية، على عكس الحال في الأسواق الأمريكية إذ لم تصل إلى درجة الاهتمام الشعبي أو الجاذبية المؤسسية ويعد احد الأسباب التي هيأت المناخ لتنامي الصحف والمجلات المجانية هو حركة الناس عبر وسائط النقل العام في كبرى المدن الأوربية والآسيوية، بينما معظم الناس في المجتمع الأمريكي يعتمدون على وسائط النقل الشخصية، وهذا ما أدى إلى قلة اهتمام الناس بمثل هذه الصحف في معظم المدن الأمريكية.

وانبثقت تجربة الصحافة المجانية في أوروبا عندما تضافرت جهود أربعة زملاء مهتمين بالصحافة لإصدار صحيفة إخبارية يومية مجانية في السويد عام 1995، وكان اسمها (مترو) توزع على مرتادي قطار الأنفاق، إذ تقدم عرضاً ملخصاً للأنباء بأسلوب مسلٍ ومفيد، فضلا عن اجتذاب قراء جدد من سكان المدن خاصة الذين لا يولون نوعية محتوى الصحيفة اهتماماً. وبين ليلة وضحاها تعدت نسب توزيع (مترو)

اليومي إلى الستمائة ألف نسخة حيث كان مضمون الصحيفة ميالاً إلى الخفة والرشاقة في إيصال الخبر مع بعض المقالات والكلمات المتقاطعة واستعراضها لبرامج التلفزيون والراديو والإعلانات الكبرى المصورة والإعلانات المبوبة.

وبعد سنتين من ظهور صحيفة (مترو) وفي أشد مراحل أزمة الصحافة أخذت (مترو) تجني أرباحاُ من عائداتها الإعلانية توازي أربعة ملايين دولار سنوياً وهو ما شجع القائمين عليها لبحث فكرة نقل التجربة إلى عواصم أوربية أخرى حيث دخلت (مترو) إلى بريطانيا وخفضت من قراء صحف التابلويد بنسبة 4٪ وفي ايطاليا 20٪ وسويسرا 14٪ وهي في الغالب ما تخطف قرائي الصحف الشعبية.

بدأت صحيفة (مترو) في لندن العام 2000 كجريدة يومية ملونة توزع مجاناً على راكبي قطار الأنفاق في لندن وأمتد توزيعها ليشمل 13 مدينة بريطانية أخرى وتدريجياً احتلت الصحيفة مكاناً متميزاً بين باقي الصحف ووصل توزيعها إلى 994,774 نسخة يومياً وبلغ عدد قرائها بنهاية شهر تشرين الثاني 2005 حوالي 1.7 مليون قارئ

الصحف المجانية في أوروبا

أن اعتماد الصحافة الدولية أسلوباً جديداً يعرف بـ(الصحافة المجانية) في دول أوروبا، اخذ اهتماماً كبيراً بعد أن توسعت حركة الجمهور وتنقلهم عبر وسائط النقل العام في المدن الأوروبية، أسهمت في تطور تلك الصحف بينما الواقع يشير إلى أن اغلبها تمتلك مؤسسات إعلامية تصدر صحف مباعة أخرى. ووفقاً للإحصائيات التي أعدت لهذا الغرض خلال المدة (2000 – 2005) فأنها تشير إلى أن أعداد الصحف المجانية في عام 2000 كانت أربعين صحيفة، بينما ازدادت في عام 2005 فبلغت أكثر من مائة صحيفة أي أن نسبة الزيادة خلال خمسة سنوات وصلت أعلى من الضعف، أما معدلات التوزيع فقد ازدادت أيضا من ثمانية ملايين إلى ثلاثة وعشرون مليون نسخة خلال المدة ذاتها أي أن نسبة الزيادة وصلت الضعفين تقريباً، ونستنتج من ذلك أن تلك التجربة في تطور مستمر. إذ تمثل أكثر من نسبة (20٪) من إجمالي أعداد الصحف الصادرة في الدول الأوروبية مثل السويد وأسبانيا وسويسرا وفرنسا وايطاليا والدنمارك

وسنغافورة والبرتغال واليونان والتشيك وأيسلندا والمجر. فعلى سبيل المثال تعد صحيفة (مترو) المجانية ومركزها السويد أنموذجاً لنجاح التوجه نحو الصحافة المجانية، فقد تجاوز توزيعها حدود الدولة الواحدة إذ توزع ستة ملايين نسخة ولديها سبعة وخمسون طبعة توزع في واحد وثمانون مدينة داخل ثماني عشرة دولة. وقد احتلت المركز الثالث بين صحف العالم من حيث معدلات التوزيع، بعد الصحيفتين اليابانيتين (يوميوري) و(أساهي) اللتين تجاوز توزيعهما عشرة ملايين نسخة يومياً.

الصحف المجانية في العالم العربي

شهد الوطن العربي ولادة تجربة إعلامية جديدة العام الماضي في ثلاثة دول تصدرتها المغرب تلتها مصر ثم السودان في إصدار الصحف المجانية.ففي المغرب صدرت (أو فيت) أول صحيفة إخبارية يومية مجانية ناطقة باللغة الفرنسية توزع في المغرب صدرت مطلع مارس 2007، ويرأس تحريرها إبراهيم السدراتي، فضلا عن فريق تحرير يضم سبعة صحفيين شباب.توزع (أو فيت) التي اعتمدت الانترنت للحصول على المعلومات في مدن الرباط ومراكش وفاس وطنجة والدار البيضاء التي تمثل مركز الصحيفة، وبواقع خمسة وعشرون ألف نسخة يومياً، فضلا عن موقعها على شبكة الانترنت، وهي صحيفة ملونة تتكون من ثمان عشرة صفحة من حجم التابلويد، إذ تستهدف شريحة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين (25-40) سنة خاصة الذين يجيدون اللغة الفرنسية. أما العاصمة المصرية القاهرة فقد شهدت توزيع (24 ساعة) أول صحيفة يومية مجانية ناطقة باللغة العربية في مصر تجمع بين فنون التحرير الصحفي، فضلا عن المساحة المخصصة للإعلان، صدرت منتصف أكتوبر 2007، ويرأس تحريرها سمير رجب، ويبلغ عدد العاملين في الصحيفة أكثر من 150 صحفياً ومترجماً. وتوزع (24 ساعة) ثلاثمائة ألف نسخة يومياً داخل نطاق مدينة القاهرة عبر منافذ التوزيع المخصصة لها والساحات الرئيسة والنوادي والأماكن السياحية الأخرى، فضلا عن موقعها الالكتروني على شبكة الانترنت. وبالنظر لدور الإعلان في الصحافة فقد حددت السياسة التحريرية نسبة الإعلان بـ (25٪) من مساحة الإصدار الإجمالية،

وتتولى شركة متخصصة في الإعلان والتوزيع منفصلة عن إدارة التحرير مسؤولية الإعلان في الصحيفة. وفي العاصمة السودانية الخرطوم (الأحداث) كانت أول صحيفة يومية سياسية مجانية ناطقة باللغة العربية توزع في السودان، صدرت مطلع سبتمبر الماضي، ويرأس تحريرها عادل الباز. إذ يلاحظ أن الصحافة المجانية في الدول العربية لم تدخل ميدان المنافسة، ولم يصل مستوى القناعة بأهمية وجود هذه الصحف إلى درجة عالية، أن ما يؤيد الذي ذهبنا إليه هو قلة أعداد الإصدارات، فهذه التجربة لا تزال حديثة العهد في المنطقة العربية. وفي سوريا ظهرت صحف مجانية رغم ان الصحف السورية لا يقرؤها السوريون أنفسهم نفاجأ الآن بانتشار واسع للصحف المجانية في كل مكان. ففي دمشق من جسر فكتوريا حتى آخر خط المهاجرين مروراً بالصالحية والجسر الأبيض لا يخلو مخزن أو دكان أو بائع خضرة من جريدة أو اثنتين. من الصحف المجانية.

الصحف المجانية والصحف الإعلانية

تعد الصحف المجانية صحفاً عامة تمتلك إدارة تحرير وصفحات مبوبة وفق السياقات الصحفية المعروفة من سياسة واقتصاد واجتماع وثقافة ورياضة وغيرها، فتضم الصحيفة فنون التحرير الصحفي من الأخبار والتقارير والتحقيقات والحوارات والأحاديث، فضلا عن المساحة المخصصة للخدمات الصحفية والإعلانات. بينما الصحف الإعلانية تقتصر على تقديم خدمات الترويج والتسويق والإعلان، كالأقاصيص الورقية ذات الأحجام المنوعة مثل إعلانات المعارض والمطاعم وغيرها. بطبيعة الحال يمثل انتشار الصحف المجانية التحريرية في دول العالم، حلاً لمسألة ارتباط التحرير بالإعلان أي أن الإعلانات تتوجه للصحف الأكثر توزيعاً لتحقيق الانتشار بغض النظر عن المستوى المهني للصحيفة، إذ أن قيمة الدخل الذي يتأتى من بيع الصحيفة لا يساوي ربع التكلفة الكلية لإنتاجها والنسبة الأكثر من الدخل يغطيها الإعلان. فالصحافة التقليدية لابد أن تطور رسالتها الاتصالية ليتمسك بها القارئ من جهة ولمواجهة مد القنوات الفضائية والصحافة الالكترونية من جهة أخرى. إذ إن الصحافة المجانية سوف تستقطب شريحة

جديدة من القراء وخاصة ذوي الدخل المحدود لقراءتها، مما يترتب على زيادة قاعدة الوعي الجماهيري.

ويعلل معظم الباحثين في الاتصال ظاهرة عزوف الجمهور عن قراءة الصحف وتصفح المواقع الالكترونية الإخبارية والاستماع إلى محطات الإذاعة إلى تغلب القيم الفردية على القيم الجمعية وتبدد الاعتقادات المشتركة، فأن تدني نسب القراءة والاستماع، فضلا عن ظهور الصحافة المجانية ونزولها على حاجات القراء الحقيقية أكثر من المطبوعات المباعة، من خلال تقديم عرضاً سريعاً وملخصاً للأنباء وتركيزها على بساطة المواد التي توجب أن يكون مضمونها واضح بعيد عن التحليل الإخباري الموسع، كل ذلك اثر على مساحة النشر للصحافة التقليدية.

إن الصحافة المطبوعة ستشهد تراجعاً مقابل ازدهار الصحافة الالكترونية في ظل عصر تكنولوجيا المعلومات، لأن إنتاج الصحف وتوزيعها يجعلها مؤسسات وظيفية مكلفة وبالتالي ستساعد صحافة الانترنت على استخدام الصور والأصوات والأفلام، فضلا عن إتاحة الفرصة للقارئ للتعليق على ما يقرأ والسماح له بالتواصل مع المحرر والكاتب في أي مكان من العالم وهذا ما يعرف بـ (الصحافة التفاعلية). وفيما يتعلق بطريقة توزيع الصحف المجانية، كانت توزع في محطات القطار والحافلات كما في فرنسا وهي طريقة مناسبة للوصول إلى الجمهور بخاصة الأشخاص الذين يستقلون وسائط النقل العام يومياً أو الأماكن العامة وأكشاك بيع الصحف غالباً، فضلا عن التوزيع الذاتي الذي يمثل طريقة جديدة للقرب من القارئ تعتمد على الاتصال المباشر عبر بحث الصحيفة عنه.

تكنولوجيا الاتصال الحديثة
وتأثيرها على الصحافة الدولية

شهد النصف الثاني من القرن العشرين تقدماً في مجال التكنولوجيا يعادل كل ما تحقق في قرون عديدة سابقة، ولعل من ابرز مظاهر التكنولوجيا ذلك الاندماج الذي حدث بين ظاهرتي تفجر المعلومات وثورة الاتصال، ويتمثل المظهر البارز لتفجر المعلومات في استخدام الحاسب الإلكتروني في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري، في أقل حيز متاح، وبأسرع وقت ممكن، أما ثورة الاتصال الخامسة فقد تجسدت في استخدام الأقمار، ونقل الأنباء والبيانات والصور عبر الدول والقارات بطريقة فورية. وقد ظهر في السنوات الأخيرة ابتكارات عديدة طورت صناعة الاتصالات السلكية واللاسلكية من أبرزها ظهور الحاسب الشخصي والتوسع في استخداماته، إذ يتيح التعامل مع كمية كبيرة من المعلومات غير محدودة سواء للاستخدام الشخصي، أو إمكانية الاستفادة من المعلومات التي تقدمها قواعد وبنوك وشبكات المعلومات من خلال الربط بخط تليفوني معها، وهو ما نسميه بخدمة الخط المباشر (Online). ويمكن استرجاع المعلومات التي يتم تخزينها في الحاسب الشخصي عند الحاجة إليها فورا، مما يوفر الوقت والجهد، كما استخدم الحاسب وسيلة ترفيهية، ويمكن ربطه بأجهزة

الراديو والتلفزيون. وقد استخدم الحاسب الشخصي في مجال الاتصال على النحو الآتي:

1- معالجة الكلمات: أمكن استخدام الكومبيوتر في نظم معالجة الكلمات لأغراض الكتابة وتحرير النصوص في مكاتب العمل.

2- النشر المكتبي: تستخدم أجهزة الحاسب الشخصي الآن في إنتاج صفحات كاملة من الصحف مزودة بالعناوين والنصوص والرسوم.

3- تصميم الرسوم: غيرت الحاسبات من طريقة أداء الناس للرسوم التقنية فمن خلال استخدام نظم تصميم الرسوم يتم ابتكار الرسوم وتخزينها وتغييرها بشكل أسهل من السابق مثل خرائط الطقس والرياح ورسم الخرائط وتحديد المناطق الجغرافية.

4- البريد الالكتروني: وهناك استخدام للحاسبات في البريد الالكتروني وهي وسيلة لنقل المواد الإعلامية والصور والمواد الفلمية والصوتية عبر البريد الالكتروني.

5- الاتصال المباشر بقواعد البيانات: بإمكان المستفيد بواسطة الحاسب الاتصال بالمئات من قواعد البيانات.

6- النشر الالكتروني: وهو عبارة عن إصدار أو بث أو طرح الكلمة المكتوبة للتداول بالوسائل الالكترونية.

7- النشر الشبكي: ويقوم على استخدام شبكات المعلومات وبنوكها في نشر الكتب والدوريات العامة وتوزيعها للمشتركين عبر منافذ خاصة بكل مشترك.

8- أعمال المونتاج والتشغيل الذاتي لوسائل الاتصال: حيث يلعب الحاسب الالكتروني الآن دوراً مهماً في عمل المونتاج للصحف.

وقد أحدثت التطورات الراهنة في الحاسبات الإلكترونية ونظم الإرسال والاستقبال تغييرات في أساليب إنتاج بعض الوسائل التقليدية ومنها الوسائل المطبوعة كالجريدة والمجلة وصناعة الصحافة بشكل عام حيث شهدت التسعينيات المزيد من تحول

الصحف (جرائد ومجلات) إلى الآلية الكاملة في عملية الإنتاج من خلال إدخال الحاسبات الالكترونية، ووسائل الاتصال السلكية واللاسلكية في معظم مراحل الإنتاج بدءا من توصيل المواد الصحفية إلى مقر الصحيفة بالاستعانة بأجهزة الفاكسيميل والحاسبات الالكترونية، وفي عمليات المعالجة والإنتاج الطباعي بدءا من تحرير النصوص والصورة على شاشات الحاسبات الالكترونية، حتى عملية الإخراج الكامل والتجهيزات للصفحات على الشاشات، ومنها إلى المجهز الآلي للصفحات، حيث تخرج الصفحات مجهزة من الحاسب الإلكتروني إلى سطح الطابع مباشرة، وهناك توظيف كبير للتكنولوجيات الرقمية في التقاط الصور الفوتوغرافية وفي معالجتها فنيا إلى جانب المواد المصورة الأخرى، كما تطورت أساليب توثيق المعلومات الصحفية بحيث اختفى الأرشيف اليدوي التقليدي وحتى المصغرات الفيلمية بشكلها التقليدي، ليحل محلهما الأرشيف الإلكتروني الذي تجهز محتوياته وتنسق خلال عملية صف الجريدة، كما يستعان الآن بأقراص الليزر المدمجة في تخزين أعداد الصحيفة السابقة، وتم ربط مراكز المعلومات الصحفية ببنوك المعلومات المحلية والدولية وشبكاتها، وتم تطوير أساليب طباعة الصحف في أكثر من موقع في الوقت نفسه، من خلال تحسن أسلوب الإرسال وتسريعه، وذلك لإصدار الطبعات الإقليمية والمحلية في الصحف.

على الرغم من أن الوسائل الاتصالية التي أفرزتها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة تكاد تتشابه في العديد من السمات مع الوسائل التقليدية، إلا أن هناك سمات للتكنولوجيا الاتصالية الراهنة بأشكالها المختلفة مما تلقي بظلالها وتفرض تأثيراتها على الاتصال الإنساني بوسائلها الجديدة. **وأبرز هذه السمات التي تتصف بها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة هي:**

1- التفاعلية:

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثيراً على أدوار الآخرين وباستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة

أو التفاعلية (Interactive Communication)، وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه، وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وبذلك تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، التبادل، التحكم، ومثال على ذلك التفاعل في بعض أنظمة النصوص المتلفزة.

2- اللاجماهيرية:

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعنى أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى المستفيد.

3- اللاتزامنية:

وتعنى إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسائل مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة لتواجد المستقبل للرسالة في وقت إرسالها.

4- قابلية التحرك أو الحركية:

فهناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدمها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر أثناء حركته، مثل التليفون النقال، تليفون السيارة أو الطائرة، التليفون المدمج في ساعة اليد، وهناك آلة لتصوير المستندات وزنها عدة غرامات، وجهاز فيديو يوضع في الجيب، وجهاز فاكسميل يوضع في السيارة، وحاسب الكتروني نقال مزود بطابعة.

5- قابلية التحويل:

وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط لآخر كالتقنيات التي

يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس، وهي في طريقها لتحقيق نظام للترجمة الآلية ظهرت مقدماته في نظام مينيتيل الفرنسي.

6- قابلية التوصيل:

وتعنى إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بتنويع أكبر من أجهزة أخرى بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع وذلك عن طريق وضع معايير فنية لهذه الأجهزة يتم الاتفاق عليها بين هذه الشركات.

7- الشيوع أو الانتشار:

ويعني الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة، نلمح ذلك في التليفون، وبعده الفاكسيميل، وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام لكل الأطراف المعنية، وفي رأي (الفن تولفر) أن المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدوا طرقاً لتوسيع النظام الجديد للاتصال ليشرك من هم أقل ثراء، حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها.

8- التدويل أو الكونية:

إن البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية، وذلك كي تستطيع المعلومة أن تتبع المسارات المعقدة وتعقب المسارات التي يتدفق عليها رأس المال الكترونياً عبر الحدود الدولية جيئة وذهاباً من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في أجزاء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان من العالم. وتعد الصحافة الوسيلة الإعلامية الأولى التي حصلت البشرية من خلالها على المعلومات والأخبار والمعارف والأفكار، كما أنها أسهمت بإضاءة جوانب كثيرة في حياة البشر محدثة فيها الكثير من التحولات.

وقد تعرضت الصحافة لمجابهة الوسائل الإعلامية الأخرى التي توالى ظهورها تباعاً، وتعالت الصيحات بان هذه الوسائل سوف تحدث تأثيراً سلبياً كبيراً على

الصحافة، إلا أن الصحافة استطاعت أن تطور نفسها وتغير من محتواها لتصبح متفاعلة مع الجماهير وتاريخ الصحافة تاريخ لعناصر ومكونات كثيرة، فالصحف ليست أشياء فحسب بل هي أشخاص وعمليات وتأثيرات وتأثر ووظائف وانجازات وغيرها من التحولات والتغيرات التي أدخلتها الصحافة على نفسها من تنوع بالإخبار، وأعمدة ثابتة وصور كاريكاتورية وغيرها من الفنون الصحفية المتعددة علاوة على ذلك الأرقام والإحصاءات المختلفة فضلاً عن الجماعات الضاغطة، أو الأحزاب والقوانين والاعتبارات المتعددة التي تحكم تلك العملية.وكشفت دراسة أجرتها جامعة ميشيغان الأمريكية أن الصحف كان لها التأثير الأكبر على مشاركة أصحاب مستويات التعليم الجيدة في الانتخابات، في الوقت نفسه لم يكن للتلفزيون التأثير الذي يماثل الصحافة لضعف وجود تعبئة للمعلومات فيه، فلم تستطع أخبار التلفزيون أن توفر معلومات عميقة ومن المستحيل لهذه الوسائل الإعلامية الأخرى أن تصل إلى عمق الصحف في تقويم المعلومات وهذا من أهم العوامل التي تحفظ للصحافة استمرارها في مواجهة الوسائل الأخرى. إن الصحافة تتمتع بمميزات عديدة قياساً إلى الوسائل الإعلامية الأخرى إذ أن هذه المميزات تعطيها القدرة على الاستمرار في ظل مواجهة الوسائل الحديثة، فيستطيع الإنسان أن يقرأ الصحيفة مرات عدة بيسر وسهولة، فالمذياع والتلفزيون يفتقدان هذه الميزة المهمة التي تتيحها الصحافة للإنسان المتلقي تعطيه القدرة على امتلاك المعلومات، وبالتالي إمكانية تحليل الأفكار بشكل أفضل وأكثر دقة وتفصيل فضلاً عن التعمق في تناول الموضوعات، وهذا ما يجعل الصحافة أكثر تأثيرا في الرأي العام عن غيرها من الوسائل الأخرى، وأنها أي الصحافة ستظل حافظة لمواقعها وسط الوسائل الإعلامية الأخرى.

وتتعدد وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المجال الصحفي ويمكن تقسيمها كالآتي:

1- وظيفة إنتاج وجمع المادة الصحفية الكترونياً ومن بين وسائلها الحاسبة الالكترونية وقواعد المعلومات والانترنت والتصوير الالكتروني والتصوير الرقمي/ الالكتروني،

والأقمار الاصطناعية والماسحات الضوئية والاتصالات السلكية واللاسلكية والألياف البصرية... الخ.

2- وظيفة معالجة المعلومات الصحفية رقمياً ومن بينها الحاسبة الالكترونية والنشر الالكتروني وسواء كانت تلك المعلومات مادة مكتوبة أو مصورة أو مرسومة فإن هناك العديد من البرامج التي تتعامل وتعالج مثل هذه المعلومات.

3- وظيفة تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها وتقوم بنوك المعلومات وشبكاتها ومراكز المعلومات الصحفية باستخدام الأقراص المدمجة في توثيق أرشيفها ووثائقها وهي تساعد في البحث عن المعلومات واسترجاعها بشكل سريع وملائم مثل قواعد بيانات النيويورك تايمز الأمريكية وبنك معلومات صحيفة الأهرام المصرية.

4- وظيفة نقل ونشر وتوزيع المعلومات الصحفية مثل الفاكس والأقمار الاصطناعية والاتصالات السلكية واللاسلكية، والشبكات الرقمية، وشبكات الالياف والكابل ... الخ.

5- وظيفة عرض المواد الصحفية ومن بينها أجهزة الحاسبة الالكترونية، والأجهزة الرقمية الشخصية.

6- وظيفة التحرير الالكتروني وتتمثل في تنوع البرامج المساعدة في عملية الكتابة والمعالجة والتحرير الالكتروني، وبرامج فحص الأسلوب والإعراب والإملاء بل وتوجد برامج لكتابة القصص الإخبارية بشكل آلي باستخدام طرق التغذية الالكترونية للبيانات وذلك في مجالات عديدة مثل أسعار الأسهم والحصص والعملات، وهو ما جعل بعض الصحف تتخلص من الصحفيين الذين لا يجيدون استخدام هذه البرامج حتى قال البعض أن الصحافة نفسها يعاد كتابتها ببرامج كمبيوتر جديدة.

7- وظيفة توضيب وإخراج المادة الصحفية، وهناك ثورة كبيرة في مجال البرامج الخاصة بالتصميم والإخراج الصحفي ومعالجة الصور والمخططات.

الاتجاهات الإعلامية الحديثة في الصحافة الدولية

وفي التقرير السنوي عن الصحافة الأمريكية لعام 2004، في إطار مشروع التميز في الصحافة (الإعلام) الذي أعده معهد تابع لجامعة كولومبيا بنيويورك، ومولته مؤسسة بيو PEW، تم تحديد ثمانية مجالات تحول في الإعلام الأمريكي بشكل عام والصحافة بشكل خاص[1]:

1- من الملاحظ تنامي المنافذ الإعلامية الإخبارية بشكل كبير خلال السنوات الماضية، يقابله ثبات أو انكماش في حجم الجمهور الإعلامي المفترض أن يتابع هذه القنوات الإعلامية، ويترتب على هذا الوضع تنامي الفقد من جمهور هذه الوسائل الإعلامية الإخبارية. وهذا يؤدي بالضرورة إلى تقلص الإيرادات المادية من الإعلانات لهذه القنوات. ويمكن من هذه الظاهرة استثناء حالات معينة تنامى فيها جمهور وسائل الإعلام، وهي وسائل الإعلام الإلكترونية، ووسائل الإعلام ذات التوجهات العرقية، ووسائل الإعلام غير التقليدية.

---

(1) د. علي بن شويل القرني: الاتجاهات الحديثة في الصحافة الدولية من الصحافة التقليدية إلى الإعلامات الشخصية، بحث منشور على الانترنت على موقع الآتي (ص 4 – 5):

https://www.google.iq/?gws_rd=cr&ei=qhN4UvT

2- معظم الاستثمارات الإعلامية تقع في الجانب التوزيعي والترويجي، وليس في الجانب المهني المعني بجمع المعلومات وتقارير الأخبار والأحداث، مما ترتب على ذلك تقليص الاهتمام بغرف الأخبار والنشاطات الميدانية للإعلام، حيث تقلصت أعداد الصحافيين وانخفضت المخصصات المادية الموجهة لمثل هذا الغرض. ولا شك أن النتيجة المهمة التي أفرزتها هذه الأوضاع هي انخفاض مستوى النوعية الجيدة والمهنية المطلوبة في أداء الإعلام.

3- معظم وسائل الإعلام (الخبرية بشكل خاص) تركز على المادة الخام في نقلها للإحداث المحلية والدولية بدون أي معالجات مهنية تذكر. وتحولت هذه المواد الخام من مما كانت عليه كمرحلة في دورة مهنية متكاملة، إلى مرحلة نهائية بذاتها بدون جهود لتحسين أو معالجة أو إعادة بناء إعلامي لها. وهذه الحالة هي انعكاس طبيعي لقنوات الأربعة والعشرين ساعة، التي أحالة المادة الحدثية إلى مجموعة عناصر متفككة تتسم بالفوضى وعدم التوازن، وبدون أدنى تنسيق زمني أو منطقي لهذه الأحداث. وفي بعض القنوات الإخبارية يتم فقط تحديث الأخبار دون إعادة بناء للهيكل العام لهذه الأحداث.

4- اختلفت المعايير الإعلامية بين المؤسسات الإعلامية، وداخل المؤسسة الإعلامية الواحدة، فلم تعد هناك قيم واحدة توجه كل البرامج والمحتويات الإعلامية في المؤسسة الواحدة. وأصبح الهدف الذي تسعى إليه المؤسسات الشرائحي للجمهور. فقد تكون الأخبار ذات طابع ومعيار عالي الجودة، بينما تعمل البرامج الحوارية والجماهيرية على مستوي متدني من القيم والمعايير المهنية. وهذا ما يلغي وجود الهوية الواحدة التي تميز كافة برامج القناة الواحدة، وتصبح هذه القناة بهويات وتوجهات متبانية.

5- معظم المؤسسات الإعلامية تتجه إلى رفع ربحيتها ليس من خلال التوجه إلى جمهور جديد، ولكن من خلال عدد من الإجراءات التي تتخذها في تقليص كوادرها ومكاتبها ومحرريها الميدانيين. وهذه الإجراءات لا تصب في خدمة الأداء المهني

لوسائل الإعلام، بل تؤكد انخفاض المستوى المهني لهذه الوسائل. وربما يظل السؤال إلى أي مدى ستحاول هذه الوسائل الاستمرار في هذا النهج، وإلى أي مدى ستستطيع أن تقنع المعلنين بأن الجمهور لا زال حاضرا، أو في تنامي، بينما الحقيقة هي غير ذلك، فالجمهور في تقلص والمنتج الإعلامي في تردي.

6- تتسم المرحلة الحالية بالتوجه نحو الاندماج بين وسائل الإعلام، وهذه حقيقة تصبح شبه حتمية في المستقبل. وتحديدا فإن المعركة الأساسية هي مجال الإعلام الإلكتروني، حيث بدأت وسائل الإعلام تتصادم في هذا الموقع، وأصبحت هي منطقة جذب لوسائل الإعلام التقليدية، وبالتالي فإن الحدود التي كانت تفصل بين وسائل الإعلام (المقروءة والمسموعة والمرئية) بدأت تتقلص إلى درجة الانتفاء تقريبا في المستقبل المنظور، وجميعها بدأ يتوجه لساحة معركة واحدة هي المنطقة الإلكترونية الجديدة، التي ستبدأ في بناء مفهوم الجمهور الإعلامي الجديد.

7- ربما لا يكون السؤال المهم هو سؤال تقني، بل هو سؤال اقتصادي في محور التحولات الجديدة في الإعلام. فهل التحول إلى الإعلام الإلكتروني المعروف بمحدودية ربحيته في الاشتراكات والإيرادات الإعلانية سيضيف النوعية والتنوع المطلوب في مجال جمع المعلومات والإخبار، حيث إن وسائل الإعلام التقليدية قد خفضت مصروفاتها في هذا الجانب؟ المتوقع منطقياً أن وسائل الإعلام الإلكترونية ستؤدي إلى مزيد من التردي في مجال الخدمة الإخبارية بالمستوى المهني المطلوب، لأنه من غير المتوقع أن يتم ضخ مصروفات مادية كبيرة في هذا الجانب.

8- من المسائل المتعلقة بنفوذ القوى المؤثرة في وسائل الإعلام، يمكن ملاحظة أن هذه القوى المؤثرة في الصحافة والجمهور العام تستمر في تأثيرها على مندوبي ومحرري الإعلام. ونتيجة مبدأ العرض والطلب على المعلومات، فيصبح التنافس بين وسائل الإعلام شديدا للحصول على المعلومات، مما يتيح فرصة أن تصبح هذه المصادر الإعلامية قوة مؤثرة على مضامين الإعلام. وقد أشارت عدد من الدراسات لتحليل مضمون قنوات الأربع وعشرين ساعة إلى محدودية المصادر الإخبارية التي

تعتمد عليها، مما يجعل التشابه واضحا بين هذه القنوات، وتكون هذه القنوات معرضة لتأثير مصادر معينة دون أخرى.

الأرقام الدولية في توزيع الصحف:

أشارت أرقام التوزيع خلال العقد الأخير من القرن العشرين والسنوات الأولى من القرن الحادي والعشرين إلى أن كثيرا من الصحف في العالم قد انخفضت أرقام توزيعها. وأشارت دراسات إلى انخفاض توزيع الصحف في أوروبا بنسبة 12٪ خلال الفترة من 1995م إلى 2004م، وكان الانخفاض في الولايات المتحدة وكندا يتراوح بين 6-7٪، أما في الأسواق الآسيوية فلم تشهد أي انخفاض، ولكن بعض الدراسات أشارت إلى تنامي توزيع الصحف في تلك المناطق(1).

وتشير إحصائيات الجمعية الدولية للصحافة World Association Newspapers(2) إلى أن في هذا العالم حوالي 439 مليون يشترون صحيفة من الصحف اليومية يوميا، إما على مستوى عدد قراء الصحف في العالم فتزيد نسبة القراء عن مليار قارئ، بحكم أن النسخة الواحدة يقرأها أكثر من شخص واحد. كما تشير هذه الإحصائيات إلى أن أكبر أسواق للصحف في العالم تتواجد في القارة الآسيوية، يتصدر الصين قمة هذا الهرم العالمي. ويوضح الجدول التالي هذه الأرقام.

وتشير إحصائيات عن أكبر مائة صحيفة في العالم بحسب أرقام التوزيع إلى أن أعلى خمس صحف في العالم هي صحف يابانية، حيث تحتل هذه الصحف المراتب الخمس الأولى في أرقام التوزيع، كما سبع من العشر الصحف الأكثر توزيعاً في العالم هي صحف يابانية. وقد تصدرت صحيفة يوريموري اليابانية صحف العالم في أرقام توزيعها، حيث وصلت النسخ المطبوعة يوميا من هذه الصحيفة أكثر من أربعة عشر مليون نسخة، وتلتها صحيفة أساهي اليابانية . كما أن تسعة من العشر صحف الأولى توزيعاً هي

(1) Trends in Newsrooms 2006, p 39

(2) World Association Newspapers, www.wan-press.org, June, 2006.

أكبر خمسة أسواق في توزيع الصحافة في العالم لعام 2005

م	الأسواق	إجمالي أرقام التوزيع بالمليون
1	الصين	96.6
2	الهند	78.7
3	اليابان	69.7
4	الولايات المتحدة	53.3
5	ألمانيا	21.5

صحف من آسيا، وقد دخلت صحيفة بليد الألمانية من بين العشر الأولى بتوزيع يومي يقدر 3.9 مليون نسخة. وقد احتلت صحيفة الصن البريطانية المرتبة الحادية عشر، بينما احتلت صحيفة يو إس أي تودي المرتبة الثالثة عشر من أعلى الصحف توزيعا في العالم. ودخلت صحف أخرى إلى قائمة أكبر مائة صحيفة، حيث جاءت صحيفة داينيك جاجران الهندية في المرتبة العشرين، وصحيفة كورنن زيتنج النمساوية في المرتبة الخامسة والأربعين، وصحيفة كومويومولوسكيا برافدا الروسية في المرتبة الثالثة والستين، وصحيفة وست فرانس الفرنسية في المرتبة السابعة والستين، وصحيفة جانج الباكستانية في المرتبة التاسعة والستين، وصحيفة كورير ديلا سيلا الإيطالية في المرتبة الرابعة والثامنين. ولم تظهر بين قائمة أكبر صحف العالم توزيعا من الصحف العربية إلا صحيفة الأهرام، حيث احتلت المرتبة السابعة والخمسين، وتوزيع يومي يقدر بحوالي 900 ألف نسخة.

أما على صعيد الولايات المتحدة، وهي التي تنتج أهم صحف العالم من ناحية التأثير، ومن ناحية الأداء المهني، فمنذ بداية الأربعينيات والي السبعينيات الميلادية من القرن العشرين استمرت أرقام توزيع الصحف في تنامى نتيجة مباشرة للنمو السكاني في الولايات المتحدة الأمريكية، ولكن بمقارنة خلال الخمسين عام الماضية، تشير الإحصائيات إلى أن عدد السكان في الولايات المتحدة قد ارتفع خلال هذه الفترة

بزيادة تقدر بثمانين مليون نسمة، ولكن بعد خمسين عام عادت أرقام التوزيع – بعد نمو خلال العقود الماضية – إلى نفس أرقام توزيع الصحف قبل خمسين عاما. وهذا يشير إلى أن النمو في عدد السكان لم يواكبه نمو في أرقام توزيع الصحف كما هو متوقع. وقد وصلت أعلى نسبة من توزيع الصحف اليومية في الولايات المتحدة ذروتها عام 1984م بالوصول إلى حوالي 64 مليون نسخة يوميا، ولكن منذ ذلك التاريخ بدأ العد التنازلي في الانخفاض إلى أن وصل إلى حوالي الخمسين مليونا خلال فترة السنوات الماضية.[1]

واحتلت صحيفة يو إس أي تودي المرتبة الأولى بين الصحف الأمريكية بحوالي مليونين وخمسمائة ألف نسخة يومياً. تلتها الصحيفة الاقتصادية الأولى في العالم وول ستريت جورنال، ثم صحيفة النيويورك تايمز ولوس أنجلس تايمز والواشنطن بوست. ويلاحظ في الجدول أربع صحف فقط في الولايات المتحدة الأمريكية هي التي توزع أكثر من مليون نسخة يوميا. كما تشير إحصائيات أخرى أن الصحيفة رقم مائة في قائمة الصحف الأمريكية - صحيفة سبوكسمان ريفيو (من ولاية واشنطن) توزع 120 ألف نسخة يومياً.

(1) Morton, John, "Spreading the News: As Circulation Dwindles, Newspaers Turn to New Products to Court Readers", American Journlaism Review:27:4, Augest-September 2005.

أهم مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في خدمة الصحافة العالمية

منذ التاريخ القديم نسج الإنسان عالماً من الأساطير، إذ حاك الإنسان القديم في مختلف أنحاء العالم الأساطير عن عوالم كان يهرب فيها إلى الأحلام، ومنهم من يهرب إلى الأوهام، ففي الأحلام عوالم افتراضيّة لا حصر لها منها ما يتجسّد في الواقع ومنها ما يبقى حلماً أو كابوساً، وفي الأوهام تهوين أو تهويل. وفي عالمنا اليوم من الناس من يهرب إلى عالم المسلسلات الدراميّة والأفلام السينمائيّة، وفيها عوالم رحبة من الأحلام والأوهام والخرافات. ويحدثنا التاريخ عن العديد من المفكّرين والفلاسفة الذين نَسجَ بعضهم عالماً طوباوياً مثالياً لمدينة فاضلة utopia لا وجود لها على أرض الواقع، ومن هؤلاء أفلاطون وتوماس موور وفرنسيس بيكون والفارابي وابن طفيل على سبيل المثال لا الحصر.

واليوم وقد حظيت المجتمعات الافتراضيّة بكثير من الاهتمام البحثي في الغرب، لكنّ معالجاتها في الوطن العربي تظلُّ رهينة الترجمة عن الفكر الغربي، فتبقى المصطلحات غريبة نافرة غير مستساغة من قبيل الرقمنة والنظريّة السايبريّة. ومن المعالجات المهمّة

في هذا الصدد كتاب (علم الاجتماع الآلي، بن رحومه، 2008) [1]. وفي الكتاب تعريف هذا المصطلح بأنّه يشير إلى فرع من فروع علم الاجتماع يهتمّ بالحركة البشرية المرقمنة، أي الرقميّة، في العالم الافتراضي، حيث يتناول أسس ومبادئ وأصول العلم الذي يدرس الإنسان المرقمن حيث يتفاعل الإنسان مع الحاسوب، ويتحوّل إلى إنسان رقمي افتراضي يعيش على الشبكة المعلوماتية ويتواصل مع غيره في كافة أنحاء عالمنا الكبير. هذا الإنسان يسميه بن رحومة (الإنسوب) وهي مزيج من الإنسان و الحاسوب.

لقد شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي يسمى (المجتمعات الافتراضية)، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من مواقع التواصل بين الناس (مواقع التواصل الاجتماعي أو الشبكات الاجتماعية) وهي المواقع التي تستهدف إيجاد علاقات تعارف وتواصل بين الأصدقاء والأقارب أو زملاء الدراسة أو المهنة، أو هي مجتمعات الانترنت التي تعطيك فرصاً للتواصل مع العملاء والزملاء وأفراد العائلة والأصدقاء الذين لهم مصالح مشتركة، وأشهر هذه المواقع Facebook، Twitter، وغيرهما. وتصنف مواقع التواصل الاجتماعي إلى صنفين رئيسين هما: مواقع صريحة ومواقع ضمنية، فأما الصريحة فهي مواقع أنشئت من أجل المستخدمين ولتقديم خدمات لهم مثل المواقع المهنية، كالبحث عن الوظائف أو تطوير الأعمال أو تبادل المعلومات عن السيارات، وأما الضمنية فهي التي تهتم بمضمون ما تقدم لمستخدميها كمواقع تبادل الفيديوهات[2]. كما يمكن أن تصنف على أساس أهدافها إلى مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدم للترفيه وعرض قوائم الأعضاء ومعلومات عنهم، والتواصل اجتماعياً بين الأصدقاء والمعارف مثل Facebook، My Space، أما النوع

---

(1) علي محمد ميلاد بن رحومة: علم الاجتماع الآلي، الكويت، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2008.

(2) مرسي بشري: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية – نظرة في الوظائف، بحث منشور في مجلة المستقبل العربي (بيروت)، العدد (395) كانون الثاني 2012، ص 158.

الثاني من المواقع فيستخدم للحصول على علاقات جديدة، وفيها قوائم تضم أسماء عديدة لمستخدمين غير معروفين لبعضهم البعض مثل Linked In، فضلاً عن نوع ثالث من مواقع التواصل الاجتماعي تستخدم للإيجار وللحصول على معلومات ومعارف، أو نشر قوائم أو روابط معلومات مثل موقع Digg، ويصنفها البعض على أساس الوسائل التي تستخدمها إلى أدوات نشر مثل Wikipedia، وأدوات التشارك الفيديوية مثل Youtube، أو التشارك الصورية مثل Flick R، أو للموسيقى مثل Deezer، وأدوات الدردشة مثل Yahoo Messenger [1] .

وتسعى هذه الشبكات إلى خلق الشعور بالمجتمع أو الجماعة من خلال العوامل الآتية:

1- **الشعور بالانتماء إلى جماعة من خلال عضويتها** ومتابعة ما يحدث فيها وسهولة التفاعل مع أفرادها وأحداثها.

2- **الشعور بالقدرة على التأثير في تلك الجماعة** أو المجتمع الافتراضي من خلال ردود الأفعال التي يتلقّاها الفرد من بقية أعضاء الجماعة أو أفراد المجتمع الافتراضي، وكذلك التأثّر بما يحدث في ذلك المجتمع.

3- **تبادل الدعم وإشباع الحاجات النفسيّة**: والارتباط الوجداني بأفراد الجماعة من خلال تبادل التهاني والتعازي والمواساة والنصيحة وبطاقات المعايدة وما إلى ذلك.

4- **الحضور والتواجد**: وهما نقيض العزلة والغياب اللذين نتجا عن هيمنة القيم الماديّة وانشغال الجميع بتأمين أسباب الحياة. لا يُتصوّر أن يبقى المرء طويلا في مجتمع افتراضي ليس فيه من يتواصل معه فلا يسمع فيه إلا صدى صوته. سوف نلاحظ في باب الكلام عن سمات المجتمعات الافتراضيّة أنَّ الحضور والتواجد الافتراضي ربّما ينتهي إلى عزلة وغياب عن العالم الواقعي.

5- **الثقة**: لا يستطيع الفرد أن يشعر بالانتماء إلى جماعة أو مجتمع لا يثق في أحد من

---

(1) مرسي بشري: مصدر سابق، ص 159.

أفراده ولا يشعر بالأمان فيه. من هنا تبقى المجتمعات الافتراضيّة في مُجمَلِهَا هَشّة ما لم تتأسس على علاقات سابقة في العالم الواقعي وما لم تحفظ سكّانها من تطفّل المتطفّلين واحتيال المحتالين. لا بُدّ أن يبذل أفراد المجتمعات الافتراضيّة جهداً مُضنِياً في التحقّق من هويّات من يتفاعلون معهم، ما لم يكن هناك سابق عهد أو (معرفة) على أرض الواقع، فعواقب الوقوع في براثن المحتالين قد تكون وخيمة. في سبيل الشعور بالثقّة، يلجأ مستخدمو المواقع الاجتماعيّة وسكّان المجتمعات الافتراضيّة إلى أصدقائهم في عالم الواقع. ومن أسباب الثقّة انتماء الأفراد إلى مؤسسات معروفة حسنة السمعة، ومنها أن يكون هؤلاء الأفراد أنفسهم من الشخصيّات العامة. وفي مناقشة الصداقة على (فيس بوك) مزيد من التفاصيل.

6- **الخلفيّة المُشترَكَة:** تزداد قوّة العلاقات الافتراضيّة كلما تأسست على خلفيّة مُشتركة في العالم الواقعي أو على اهتمامات وهوايات وميول مُشتركة في العالم الافتراضي. لعلنا نلاحظ أن مواقع التواصل الاجتماعي والخدمات الإلكترونيّة يتجمّع فيها الأفراد من الخلفيّات العلميّة والمهنيّة والتجاريّة المشتركة من منطلق أنّ الطيور على أشكالها تقع. وقد تنشأ تجمّعات افتراضيّة حول قضيّة أو (نجم) من نجوم الفنِّ أو الرياضة أو حول مفكّر أو عالم أو شخصيّة سياسيّة.

وتتناول الدراسات مبررات استخدام المواقع الاجتماعيّة من زوايا شتّى منها نظريّة الاستخدامات والاشباعات وتقول النظرية إنّ وسائل الإعلام ليست هي التي تحدّد للجمهور الرسائل الإعلامية التي يجب أن يتلقَّاها، بل الجمهور نفسه هو الذي يقرر ويحدّد وسائل الإعلام التي يتعرَّض لها، ويقرّر طبيعة المضمون الذي يتعرَّض له من خلال هذه الوسيلة. **ويمكننا أن نوجز أسباب ظهور مواقع التواصل الاجتماعي في السعي إلى تحقيق عدد من الغايات هي**[1]:

(1) د. بهاء الدين محمد مزيد: المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية – كتاب الوجوه نموذجاً، أبو ظبي، جامعة الإمارات العربية، 2011، ص 7– 8.

1- **غايات دينيّة أخلاقيّة** من خلال الدعوة وتبادل النصيحة والمواد الدينيّة المسموعة والمرئيّة والمكتوبة، على أن التمحيص واجب والحذر ضروري لأنّ الأفكار التي يتبادلها من يرتادون تلك الفضاءات الإلكترونيّة ليست بريئة من الهوى أو الغرض. لا بدّ أنّ كل من له بريد إلكتروني قد وصلته رسالة أو رسائل فيها أحاديث نبويّة أو أحاديث قدسيّة أو أدعية وفيها إلحاح على ضرورة إعادة إرسالها حتى ينال المرسل الأجر والثواب. هنا ينبغي الحذر فليس كل ما تحمل هذه الرسائل يصمد أمام الجرح والتعديل. بعض ما تحمل هذه الرسائل مستفزّ وبعضها فيه استخفاف بمُستَقبِلها

2- **غايات تجاريّة** من خلال التسويق والإعلان والترويج، ويصدق على هذه الغايات في المجتمعات الافتراضيّة ما يصدق عليها في الواقع من تحايل ومبالغة. تتراوح الغايات التجاريّة الافتراضيّة بين التجارة النظيفة البريئة وبين غسيل الأموال والاحتيال، حيث تمتلئ صناديق البريد الإلكتروني برسائل من دول إفريقية تعرض علي المُستَقبِل المجهول أموالاً طائلة في مقابل مساعدة مرسليها في نقلها إلى حساباتهم. وهذا غيض من فيض صنوف الاحتيال الإلكتروني.

3- **غايات سياسيّة** من خلال الدِّعاية والتحريض والتجييش. وقد عاين العالم العربي ما كان لمواقع التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك وتويتر من تأثير بالغ في انتقال الثورات من بلد عربي إلى آخر ومن مدينة إلى أخرى. كذلك كانت صفحات المرشَّحين في انتخابات المجلس الوطني في الإمارات العربية المتّحدة وانتخابات مجلس الشعب في مصر (2011) على فيس بوك وتويتر أداة بالغة التأثير والأهمِّية.

4- **غايات تعليميّة** من خلال تبادل الأفكار والمواد التعليمية وتبادل الأخبار والمعلومات والخبرات. ليست مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات الافتراضيّة شرّاً كلها بطبيعة الحال ما لم تغادر التثقيف والإثراء إلى التسخيف والإلهاء. هناك عدد متزايد من الدراسات والأبحاث التي تتناول مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على التحصيل الدراسي بين طلاب وطالبات الجامعة. لم تتوصل تلك الدراسات إلى فروق نهائية أو حاسمة في الإنجاز والتحصيل الأكاديمي بين الطلاب الذين

يستخدمون كتاب الوجوه وبين أولئك الذين لا يستخدمونه، غير أنَّ الدراسات تشير إلى أنَّ الطلاب الجامعيين يميلون إلى استخدام كتاب الوجوه وغيره من المواقع الاجتماعية لغايات اجتماعية على حساب استخدامها لغايات تعليمية وأنّ الطلاب والطالبات الذين يستخدمون كتاب الوجوه ينخرطون في النشاطات اللاصفيّة في كلّياتهم وجامعاتهم أكثر ممن لا يستخدمونه.

5- **غايات ترفيهيّة** من خلال تبادل الموسيقى والصور والمقاطع المصّورة وما إلى ذلك. وسوف نلاحظ في جزء لاحق من هذه الدراسة أنّ (الأصنام) والنجوم التي تسكن عالمنا الواقعي تظلّ تمارس نفوذها وتأثيرها في المجتمعات الافتراضيّة.

6- **غايات أدبيّة** من خلال تبادل الكتابات الأدبية وتبادل الآراء حولها. لقد أتاحت المجتمعات الافتراضيّة فرصاً لا حصر لها لنشر الكتابات الأدبيّة التي تتراوح ما بين كتابات بالغة الرداءة وبين كتابات تستحق المتابعة والاحتفاء النقدي.

7- **غايات نفسيّة اجتماعيّة** خروجاً من العزلة وسعياً إلى بناء علاقات اجتماعية تشبع حاجات البشر بوصفهم كائنات اجتماعيّة. وسوف نلاحظ لاحقاً أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي تتيح الفرصة لمن لا يجيدون التعامل مع الآخرين في الواقع لأنّها تجنبهم حرج التواصل وجها لوجه.

8- **غايات شبقيّة وهميّة** على شبكة الإنترنت سراديب وأركان حمراء لا حصر لها لراغبي اللذات الجنسيّة الوهميّة التي يمكن أن تتحوّل إلى علاقات واقعيّة. لا تقتصر مخاطر هذه الممارسات على الخروج على الأخلاق بل تتجاوز ذلك إلى تدمير الأسر ورفع معدلات الطلاق في حال أدمن الأزواج أو الزوجات قضاء أوقاتهم في الجري وراء هذه الأوهام.

9- **غايات عاطفيّة** قد تنتهي تلك المواقع إلى التأسيس لعلاقات عاطفيّة منها ما ينتهي بالزواج في الواقع، غير أنّ العلاقات التي تبدأ من الفضاء الافتراضي تظلّ تتهدّدها الأكاذيب والأوهام ما لم تخضع لاختبارات العالم الواقعي.

وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات، وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات وأهمها:

أولا: فيس بوك Facebook

من مساكن الطلبة في جامعة هارفارد أطلق مارك زوكربيرج موقع فيس بوك في شباط عام 2004. وكان الهدف منه إنشاء شبكة تواصل اجتماعي لزملائه في جامعة هارفارد، حيث يتبادلون من خلالها أخبارهم وصورهم وآرائهم. ولقيت هذه الشبكة رواجاً سريعاً بين الطلبة الأمر الذي جعله يفكر في توسيع قاعدة الذين يحق لهم بالمشاركة في الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى وطلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف إلى الحياة الجامعية[1] ليصبح اليوم ثاني أكثر موقع في الإنترنت حيوية بعد (كوكل)، حيث بلغ عدد مستخدميه عام 2011 حوالي ثمانمائة مليون نسمة. وقبل إطلاق موقع فيس بوك في عام 2004، أطلق زوكيربرج موقعاً أطلق عليه اسم الفيس ماش face-mash حيث توضع في كل صفحة من صفحاته صورتان لفتاتين وتحتهما سؤال "من الأكثر جاذبية؟" وقد ارتكب زوكيربرج أعمال قرصنة إلكترونيّة وتحايل للحصول على الصور. ثم طوّر زوكيربرج صفحة لمساعدة زملائه في مراجعة مادة تاريخ الفنون ضمّت صوراً من العصر الأوغسطي، وتحت كلّ صورة تعليق وملاحظات.

أمّا التسمية Facebook فمرجعها إلى اسم الدليل الذي تُسلِّمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستجدين وفيه أسماء وصور زملائهم القدامى ومعلومات مختصرة عنهم حتى لا يشعر المستجدّون بالاغتراب. من هنا، وللأسباب التي يرد تفصيلها

---

(1) شادي ناصيف: فضائح.. facebook – أشهر موقع استخباراتي على شبكة الانترنت، القاهرة، دار الكتاب العربي، 2009، ص 29.

لاحقاً في الكلام عن فيس بوك، تصبح عبارة فيس بوك ترجمة صحيحة ومناسبة. ولعل من أهم أسباب ودوافع استخدام فيس بوك ما يأتي:

1- **الاسترخاء والتسلية**: ففي فيس بوك الفكاهة والأخبار والطرائف والكتابات الأدبيّة والصور والمشاهد المصّورة الطريفة والتعليقات المضحكة، وفيه فرصة لمتابعة ما يفعل الآخرون وللكلام معهم والكتابة لهم. وفي فيس بوك متّسع لمتع (غير بريئة) لمن طلبها وعرف أسرار الحصول عليها.

2- **تبادل المعلومات والأفكار والآراء**: أصبح فيس بوك نافذة مهمّة لتبادل الأخبار والإحالة إلى المواقع الإخباريّة. كذلك يتبادل روّاد فيس بوك المعلومات المفيدة عن الضرائب والهواتف والجمعيّات والمشروعات والجامعات والدورات التدريبيّة والوظائف الشاغرة، ويتبادلون المعلومات والقصص الدينيّة والأحاديث النبويّة والأقوال المأثورة والأذكار والأدعية وغير ذلك. وقد سلف أن ما يتناوله الناس على المواقع الاجتماعية من معلومات وأخبار قد يعوزه التمحيص والتحقيق. كما أصبح فيس بوك، وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي بعد اندلاع الثورات العربيّة، منبراً للخطابة وساحة للجدل والنقاش وتبادل الآراء والاتهامات.

3- **الهروب من الواقع**: في فيس بوك قلوب جريحة، وعاطلون عن العمل، ومصابون بالاكتئاب، ومنبوذون من جماعاتهم الواقعيّة يبحثون عن ملاذ من مشكلاتهم وضغوطات حياتهم. وفيه من يطلب من أصدقائه أو أصدقائها الدعاء أو النصح، ومن يتبتل لله طمعاً في مدده وعونه، ومن يبكي على أطلاله ويندب انكساراته وخذلان الآخرين أو خداعهم. من نافلة القول إنّ من يرتادون فيس بوك ليسوا جميعا هاربين من الواقع، غير أنّ هذا المجتمع الافتراضي المزدحم بسكّانه أصبح وجهة مميزة لمن ضاق عليهم عالمهم الواقعي.

4- **مجاراة الموضة**: يظلّ كثير من الناس على نفورهم من تلك (التقليعات) الجديدة، مثل البلاك بيري والآيفون والآيباد وتويتر وسكايبي وماي سبيس وفيس بوك، فمنهم من يبقى وفيّاً لمبدأه ويبقى على نفوره، ومنهم من يقرّر تجريب هذه

التقليعات لعلّه يجد فيها ما يبرّر ما يحيط بها من ضجيج وتهافت. ومن الذين يجرّبون فيس بوك من يجد فيه وفي غيره نفعاً فيقيم فيه. ومنهم من يندم على ما أنفق فيه من وقت بلا طائل، ويعود إلى سابق عهده من القطيعة معه ومع غيره من المجتمعات الافتراضيّة.

5- **الصحبة وتكوين صداقات جديدة:** قديماً قرّر أرسطو أنّ الإنسان كائن اجتماعي ومن بعده قرر ابن خلدون في المقدّمة أنّ اجتماع الناس ضرورة لا مهرب منها تفرضها الحاجة الإنسانية الفطريّة إلى المأكل والمشرب والحاجة إلى الأمن. هذان هما شرطا تحقّق المجتمع عند ابن خلدون. وقد أوجز القرآن الكريم ذلك في بلاغة مُعجزة في سورة قريش، الآيتين الثالثة والرابعة: ﴿ فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَٰذَا الْبَيْتِ (٣) الَّذِي أَطْعَمَهُم مِّن جُوعٍ وَآمَنَهُم مِّنْ خَوْفٍ (٤) ﴾ [قريش: 3-4] وفي السورة مفردة (إيلاف) ومن الإيلاف ترد الألفة والائتلاف والتآلف والتأليف والمألوف. يودّ المرء لو يختلي بنفسه أحياناً، لأسباب متباينة، لكنّه لا يستطيع أن يبقى بمفرده طويلاً. (وتختلف قدرة البشر على العزلة باختلاف طبائعهم وظروفهم وبيئاتهم وغاياتهم.)

6- **التعليم والتطوير المهني وما إليه:** في فيس بوك فرص سانحة لتطوير الذات سلوكياً ومعرفياً ومهنياً وخاصة في المجالات الإعلامية. وفيه ما لا حصر له من كتب ومقالات في الإعلام والتنمية البشرية والإدارة وغيرها من حقول المعرفة. يتبادل سكّان فيس بوك تلك الكتب والمقالات وغيرها من المصادر دون اهتمام بحقوق الملكية الفكرية، وهذا جانب من جوانب الحياة في الفضاء الافتراضي ينبغي أن يحظى بمزيد من الاهتمام من الباحثين والتربويين. وفي فيس بوك معلومات عن إعلاميين وصحفيين وأسماء مؤسسات إعلامية كبيرة وصغيرة ومعلومات عن الدورات التدريبية والشواغر الوظيفيّة والبرمجيّات ومصادر تعلّم وتعليم اللغات الأجنبيّة وغير ذلك مما يعود على مستخدميه بالنفع والفائدة. لم تظهر فوائد فيس بوك التعليمية بعد، غير أنّ كثيراً من المؤسسات التعليمية يزداد إقبالها على إنشاء

صفحاتها على هذا الموقع وما يتّصل بذلك من نشرها المعلومات والمصادر والوسائط والمواد تعليميّة، وكثير من الأساتذة كما يفعل الإعلاميون يقبلون اليوم على فيس بوك يضعون مقالاتهم ومحاضراتهم، ويضع بعضهم الروابط التي تحيل إلى بحوث ودراسات علمية مهمّة.

7- **شغل وقت الفراغ**: من الناس من يلجأ إلى فيس بوك وغيره من المجتمعات الافتراضية لأنّه لا يجد شيئاً غير ذلك يقتل به وقت فراغه، والفراغ مفهوم مائع يطوّعه الناس كيفما أرادوا، فمن معانيه الخلاء في إناء فارغ والسّعة في طريق فارغ والعمد أو القصد في القرآن الكريم من سورة الرحمن (سنفرغ لكم أيّها الثقلان) كما نجد في (لسان العرب) لابن منظور. إذا فرغ المرء من الانشغالات العمليّة والأنشطة الترفيهية والرياضيّة والمجاملات الاجتماعيّة، بالإضافة إلى إشباع الحاجات البيولوجية الأساسية كان وقت الفراغ. لا يكون الفراغ، إذن، إلا على حساب تقصير في جانب من تلك الجوانب، بل يستبدل بعض الناس الفراغ بالعمل والوظيفة، فيتركون أعمالهم ويقبلون على الدردشة والتسلية. ومنهم من يحسن استخدام الفضاء الافتراضي، فليست كل زيارة ولا كل بقاء في فيس بوك أو غيره من المجتمعات الافتراضيّة مضيعة للوقت. ولعلّنا نضيف إلى ما سبق بعد اندلاع الثورات وانتشارها في عدد من البلاد العربيّة غايات أخرى هي الدعاية والتحريض. لقد أصبح فيس بوك ساحة ملائمة لتجميل الذات وتقبيح الآخرين ولتبادل السباب والشتائم والإهانات والتخوين والإقصاء والحجب والحذف والتصنيف والتشويه والتهويل والتخويف والتحريض ونشر الأكاذيب والتلفيق والتهّكم والسخرية والتبرير والتشهير.

ويرى مخترع فيس بوك مارك زوكريبرج أن فيس بوك هو حركة اجتماعية وليس مجرد أداة أو وسيلة للتواصل، وأنه سوف يزيح البريد الالكتروني ويحل محله، وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية. وبالتالي فإن يوصف بكونه (دليل سكان العالم) وأنه موقع يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيان

عام من خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم، ولذلك فإن الهدف من هذا الاختراع هو جعل العالم مكاناً أكثر انفتاحاً[1]. ويحتل موقع فيس بوك حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (غوغل ومايكروسوفت)، وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من (800) مليون شخص، وأصبح مؤسس فيس بوك أصغر ملياردير في العالم، وهو في السادسة والعشرين من عمره، وتقدر قيمة فيس بوك أكثر من (خمسة عشر) مليار دولار، وهناك تقدير تشير إلى أن قيمته ارتفعت - ارتباطاً بأحداث العالم الأخيرة وخصوصاً ثورات (الربيع العربي) الآن - إلى (خمسة وستين) مليار دولار أمريكي.

إن الاعتقاد السائد حالياً في الأوساط الشعبية بأن فيس بوك هو شبكة اجتماعية يرتادها الشباب فقط، إلا أن واقع الحال يثبت خلاف ذلك، حيث أن هذه الشبكة مفتوحة للجميع: أساتذة جامعات وأدباء وكتاب وفنانين وغيرهم من مختلف الفئات العمرية، ويرى بعض الباحثين أن الإعلامي والمثقف العربي يشعر بوحشة وكآبة أحياناً بسبب فقر التواصل في النطاق العربي بسبب ضآلة مساحة النقد إن لم نقل انعدامها. لذلك يجعل فيس بوك النقد والتواصل والتبادل والتفاعل متاحاً، كما يتيح مساحات رحبة للعثور على أصدقاء فقدوا بسبب الدراسة أو السفر وإمكانية التقاء الأصدقاء القدامى وكذلك الأصدقاء الجدد، وتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات معهم، بالإضافة إلى الميزات الأخرى كتبادل الصور ومقاطع الفيديو وغيرها، وبالاستطاعة القول أن فيس بوك يقدم مجموعة من الخدمات الأساسية لزواره، تتمثل بالدرجة الأولى في الرسائل: وهي خاصية يتيحها فيس بوك بشكل مبسط وسهل للغاية لكل الأصدقاء، كذلك بإمكان أي شخص لديه صفحة شخصية على فيس بوك أن يثبت

---

(1) عباس صادق: الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ص 15.

المناسبات الهامة التي تخصه وعائلته، ويرغب بحضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها. وتثار كثيراً مسألة الأصدقاء الجيدين وكذلك السيئين، الذين يحتلون صفحة المستخدم وهي لا تستحق الإثارة، فبإمكان صاحب الصفحة أن يضيف من يريد ويحذف من لا يريد من القائمة، وبذلك لا تكون هناك أية مشكلة.

ومن الخدمات التي يقدمها فيس بوك هي إمكانية تكوين ألبومات صور خاصة بالمشترك وعائلته وأصدقائه، ويكون متاح للأصدقاء الآخرين الإطلاع عليها. ومن يرغب في التسلية فتوجد في شبكة فيس بوك الآلاف من الألعاب المسلية، وبالإمكان اللعب فيها منفرداً أو ضمن مجاميع من الأصدقاء. ولم تغفل صفحة فيس بوك قضايا الإعلانات، لأنها مهمة للكثير من الناس، فكيف إذا كانت تعرض بشكل شيق ومتطور، وهذا ما يتيحه فيس بوك لمستخدميه. وقدمت فيس بوك دليلاً خاصاً بها، يتضمن الملايين من التطبيقات لأغراض كثيرة ومتنوعة. ويقدم فيس بوك خدمات أخرى أيضاً وهي، إمكانية إضافة روابط مهمة للمستخدم مثل: مواقع الفيديو المفضلة، ومواقع مهنية وثقافية ربما تستهوي المستخدم وتسترعي انتباهه.

ثانيا: تويتر Twitter :

وهو عبارة عن موقع شبكات اجتماعية مصغر يسمح لمستخدمه بإرسال وقراءة تعليقات لا تتجاوز 140 حرف (ورمز) وهذه التعليقات تعرف باسم تغريدات (tweets). وقد تم إنشاءه في آذار 2006م بواسطة الأمريكي جاك دورسي. ووفقاً لموقع ويكيبديا فإن عدد مستخدمي تويتر بلغ في شهر مارس 2006م حوالي 200 مليون مستخدم. وقد أشتهر تويتر بشكل سريع عالمياً حتى وصلت عدد تغريداته يومياً 200 مليون تغريده، ويصفه البعض بأنه موقع رسائل الإنترنت النصية القصيرة[1]. وقد تواصل النمو السريع لتويتر، ففي عام 2007م كان عدد التغريدات لكل ربع منه هو 400 ألف تغريده منشورة، نمت إلى 100 مليون تغريده لكل ربع من عام 2008م. وفي

(1) www.en.wikipedia.org

شهر فبراير من عام 2010م بلغ عدد تغريدات المستخدمين 50 مليون تغريدة يومياً ارتفعت إلى 65 مليون في شهر يونيو من نفس العام بما يساوي 750 تغريدة يتم إرسالها كل ثانية. ومع هذا النمو تحول تويتر إلى وسيلة تدوين مصغر فائقة القوة متعددة الاستخدامات من التسويق إلى الإعجاب بالمشاهير ونشر وتوزيع الأخبار بل وحتى المساعدة في عمليات الإنقاذ والإغاثة كما حصل خلال كارثة زلزال تسونامي في اليابان.

وهو أحدى شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وتصدرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة ثلاثة مواقع رئيسية، لعبت دوراً مهماً جداً في أحداث ما يسمى بثورات (الربيع العربي) وهي: (فيس بوك – تويتر – يوتيوب). وأخذ (تويتر) أسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، وأتخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة[1].

وقد كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام (2006)، عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها أسماً خاصاً يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام (2007).

---

(1) **محمد المنصور**: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين – دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية العربية أنموذجاً، **رسالة ماجستير (غير منشورة) قدمت إلى كلية الآداب والتربية / الأكاديمية العربية في الدانمارك عام 2012، ص 75– 76.**

ويمكن للمستخدمين الاشتراك في موقع تويتر بشكل مباشر عن طريق التسجيل من خلال الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب، حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني. تدور التحديثات حول السؤال ماذا تفعل الآن؟ (What are you doing)، والتي لا تتجاوز الـ (140) حرفاً. وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل تلك التحديثات إلى الأصدقاء. ومن الأمور اللافتة للنظر أن اللغة الانكليزية التي كانت الوحيدة المستخدمة في خدمة تويتر قد تطورت، حيث أنه في عام (2008) ظهر الموقع باللغة اليابانية، وتزايدت بشكل ملفت أعداد المستخدمين من المواطنين اليابانيين، بحيث تفوق تويتر الياباني على تويتر الإنكليزي، واستطاع اليابانيون تطوير نسختهم، وذلك من خلال إضافة الإعلانات إليها، وهذا ما لم يكن متوفراً باللغة الانكليزية ومن ثم تعددت لغات تويتر حتى وصلت في نهاية عام (2010) إلى سبع لغات هي: (الإنكليزية، الفرنسية، الألمانية، الإيطالية، اليابانية، الأسبانية، والكورية). وحتى نهاية عام (2010) وصل عدد المغردون الذين يستخدمون تويتر إلى أكثر من (200) مليون مغرد، وذلك لسهولة الاشتراك في هذه المدونة المصغرة، حيث لا يتطلب الأمر سوى فتح حساب على الموقع الرئيسي في تويتر، ويصبح للمستخدم بعد ذلك ملف بحسابه الشخصي، وتبدأ التحديثات بالظهور على صفحته الخاصة، بترتيب زمني تتمحور حول سؤال محدد (ماذا تفعل الآن)، ضمن (140) حرفاً، وكلما حدث المستخدم صفحته كلما تلقى تحديثات جديدة من الأصدقاء. وبالرغم من أن الإنترنت والإعلام الحديث والتطورات التكنولوجية تطرح دائماً العديد من المواقع المنافسة إلى تويتر، إلا أن مستخدمي هذه المدونة ارتبطوا بها ارتباطاً وثيقاً، بحيث لا يمكنهم الاستغناء عن التغريد في تويتر.

وفي تويتر يستطيع المرء أن يقوم بعملية البحث عن أشخاص أو عناوين ومواضيع مختلفة، باعتباره تجمعاً من مجموعة أصدقاء في كافة أنحاء العالم، يمكنهم تبادل الأخبار القصيرة فيما بينهم، ولا يهمهم إن كان هؤلاء الأصدقاء قريبون أم بعيدون، هذا ما يقوم به الكثير من المستخدمين في البحث عن أصدقاء، بهدف التعارف والصداقة من

خلال تبادل الرسائل النصية القصيرة،غير أن المدونين يرون في تويتر أداة تدوين مصغرة تساعدهم في رفد مدوناتهم بالأخبار والأحداث الموجزة والآنية.

ويوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها: معرفة ما يقوم به أصدقائهم دائماً وفي أي وقت، كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية، بالإضافة إلى أنه يتح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جداً والسريعة والمحيطة به كالاستغاثة أو الإخبار عن حادث مهم جداً. وفي الوقت ذاته يتح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها، ويستطيع المستخدم أيضاً معرفة ما يفعله أصدقاءه ومعارفه الذين يهمه أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم. ويقدم موقع تويتر تعريفاً مقتضباً له بأنه: "خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة الاتصال بعضاً ببعض، عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو: ماذا تفعل الآن؟ ومما لاشك فيه أن تويتر قد أثبت بأنه الأفضل في سرعة نقل الأخبار والأحداث ساعة وقوعها ومن موقع الحدث، مثال على ذلك الخبر الذي تداوله العالم أجمع في مطلع عام (2009)، الذي أرسله أحد مستخدمي تويتر مرفقاً بصورة للخبر عن: حادث الهبوط الاضطراري لطائرة الخطوط الجوية الأميركية على سطح نهر (هدسون) يوم 18 كانون الثاني 2009.

لقد أصبحت كبرى المؤسسات الإعلامية العالمية تعتمد على تويتر في تغطية الأحداث وتطور الأخبار الآنية والعناوين الرئيسية، ويستعين بتويتر العديد من الصحفيين في الحصول على مادتهم الإعلامية وما يهمهم من القراء واهتماماتهم، فقد يوجهون لهم الأسئلة ويتلقون إجابات مفيدة عليها تساعدهم في إنجاز تقاريرهم الإخبارية ويستفيد أيضاً من يعمل في (صحافة المواطن) من إمكانيات تويتر العديدة. كما توضح ذلك شبكة الصحافة العربية بالقول: يشكل تويتر وسيلة لتزويد مستخدميه بتحديثات في الزمن الحقيقي تقريباً حول أخبار جارية ونامية، ويمكن للمراسلين من موقع الخبر إبقاء جمهورهم مطلعاً على ما يجري أولاً بأول، بدلاً من التقييد بالوقت الذي تقتضيه وسائل إعلامية أخرى. ولكن مع هذه الخدمة المميزة التي يقدمها تويتر، فإن هناك من

يسئ استخدامها، حيث يرسل معلومات قد تكون خاطئة أو غير موثوقة، مما يلزم المؤسسة الإعلامية التراجع عنها أو تصحيحها.

ثالثا: يوتيوب Youtube:

يوتيوب: هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصاً في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها: الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية. ويوتوب هو: موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (غوغل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشتركين فيه ويزوره الملايين يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي فيس بوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانتفاضات الجماهيرية في كل البلدان العربية والشرق الأوسط وعرضها على صفحات فيس بوك، ويعتبر يوتيوب من شبكات التواصل الاجتماعية الهامة. وتؤكد بحوث الندوة الفكرية التي نظمها مركز دراسات الوحدة العربية بالتعاون مع المعهد السويدي بالإسكندرية عام 2012[1] أن مواقع التواصل الاجتماعي قد أظهرت في ثورات الربيع العربي نمطين متباينين من الإعلام، يمثل الأول السلطة وإعلامها، ويعكس الآخر رأي الشارع وغايته، ولكل منهما أدواته وفرسانه وساحاته، إلا أن ثمة إعلاماً جديداً ظهر بين الخندقين، وكان الأكثر فعالية في إطار حركة الاحتجاجات، فقد تطور واتسع أفقياً وعمودياً دور وسائل التواصل الاجتماعي الرقمي (فيس بوك، تويتر، يوتيوب، بلاك بيري، ماسينجر وغيرها) لتشكل قوة إعلامية شديدة النفاذ في أوساط الشباب بشكل خاص. وأتاحت تلك المواقع الفرصة ليتحول كل مشترك إلى

(1) د. أحمد عبيدات (وآخرون): الثورة والانتقال الديمقراطي في الوطن العربي نحو خطة طريق، تحرير عبد الإله بلقزيز ويوسف الصواني، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2012، ص 60.

مصدر لإنتاج المادة الإعلامية واستهلاكها في الوقت ذاته، وتحولت هذه الوسائل إلى أداة فاعلة في حشد الناس على أوسع نطاق. وفي ساحات الحراك، مهدت شبكات التواصل الاجتماعي لبروز أشكال من ديناميات العلاقات العامة القائمة على أهداف مشتركة، وقد وفرت تلك الشبكات أدوارا سوسيولوجية وأيديولوجية في التعبئة والتنظيم، ولذلك أصبحت أدوات ثورية حقيقية فاعلة في الشارع السياسي. ومارس التلفزيون الفضائي تكاملاً مع الأدوار التي مارستها شبكة التواصل الاجتماعي، ومع المدونين على مواقعهم، ليوسع دائرة متابعته وتفاعله مع الأحداث ميدانياً إذ بينت الأحداث قدرة قنوات التلفزة على المساهمة في التأثير وملاحقة الأحداث، وأن تشكل ليس مصدراً رئيسياً للخبر فحسب، بل أن تصنعه أيضاً، وقد تصدر هذا الدور عدد من الفضائيات وفي مقدمها قناتا الجزيرة والعربية. وقد أسهمت هاتان القناتان مع غيرهما، في بناء صياغات خبرية متعايشة مع الوقائع في الشارع السياسي، وقدمتا أيضا ما يمكن تسميته تلفزيون الواقع، وكان ذلك واضحاً في متابعة قناتي الجزيرة والعربية لميادين الأحداث. وإلى جانب حجم التغطية، فقد أعلنت هذه القنوات انحيازها إلى جانب الحراك الشعبي ضد الأنظمة السياسية القائمة، وتصدرت نشراتها تقارير ميدانية تعكس وجهة نظر منحازة للشارع الثائر، في الوقت الذي أهملت فيه مواقف الطرف الآخر.

وتأسس يوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة (باي بال "PayPal") عام (2005) في ولاية (كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد يوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (أدوب فلاش)، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتليفزيون والفيديو والموسيقى. وقامت (غوغل) عام (2006) بشراء الموقع مقابل (1.65) مليار دولار أمريكي، ويعتبر اليوتوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0)، وأصبح يوتيوب عام (2006) شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية. وحول تاريخ الموقع تقول موسوعة ويكيبيديا العالمية إنه: تأسس موقع يوتيوب عن طريق (تشاد هرلي، وستيف تشن، وجاود كريم)، وهم موظفون سابقون في شركة (PayPal). قبل ذلك درس هرلي التصميم في

جامعة إنديانا بولاية (بنسيلفينيا)، بينما درس تشن وكريم علوم الحاسوب في جامعة (إيلينوي). أصبح النطاق (YouTube.com) نشطاً في (15) فبراير (2005)، ومن ثم تم العمل على تصميم الموقع لبضع أشهر. أفتتح الموقع كتجربة في مايو (2005)، وافتتح رسمياً بعد ستة أشهر[1].

وتذكر موسوعة (ويكيبيديا) أن أول فيديو وضع على يوتيوب كان من (جاود كريم)، يحمل عنوان: (أنا في حديقة الحيوان "Me at the zoo") في (23) أبريل (2005)، وتستند موسوعة (ويكيبيديا) إلى موقع (Alexa) في إحصائية حول اليوتوب بأنه أصبح: "حالياً ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد ياهو وغوغل. في يوليو (2006) صرح المسؤولون عن الموقع بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى (100) مليون يومياً. في شهر يناير (2008) فقط (79) مليون مستخدم شاهد أكثر من (3) مليارات فيلم. في أغسطس 2006 ذكرت (الوول ستريت جورنال) بأن الموقع يستضيف (6.1) مليون فيلم بسعة (600) تيرابايت. في (2007) استهلك الموقع قدراً من حجم تدفق البيانات (bandwidth) مماثل لاستهلاك العالم لجميع مواقع الإنترنت في عام (2000). يتم رفع (13) ساعة تقريباً من الأفلام في كل دقيقة. في مارس (2008) قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يومياً.

وهناك قواعد ملزمة للنشر تعتمدها يوتيوب، فهي لا تسمح بوضع المقاطع الفيلمية التي تشجع على الإرهاب والإجرام والأفلام الإباحية، أو تلك التي تسئ إلى الديانات والمذاهب والشخصيات. ويستخدم يوتيوب (51) لغة من لغات العالم وأهمها هي: (الإنجليزية، العربية، الروسية، الفرنسية، البولونية، الإيطالية، البرتغالية، الأسبانية، الألمانية، الهولندية، الكورية، الصينية، واليابانية). ويوتيوب مسموح به في كافة بلدان العالم، ما عدا بعض الدول التي أقدمت على حضر استخدامه وهي: (المغرب، تونس، اليمن، السعودية، الإمارات، سوريا، تركيا، إيران، باكستان، تايلاند، والبرازيل).

---

(1) www.en.wikipedia.org.

ويشهد موقع يوتيوب إقبالاً كبيراً من الشباب والمراهقين خصوصاً ومن الجنسين، ويعتبر موقع يوتيوب موقعاً غير ربحياً لخلوه تقريباً من الإعلانات، إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تعد مكسباً كبيراً لهؤلاء الثلاثة الذين قاموا بإنشائه وتأسيسه، بحيث أصبح يوتيوب أكبر مستضيف لأفلام الفيديو، إن كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج، وأصبح يتردد أسم يوتيوب عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي، والتي تحتل موقعاً مهماً على شبكة الإنترنت.

ويقول الدكتور عمار بكار وهو احد المتخصصين بالإعلام الجديد: إن نجاح (يوتيوب) له سبب آخر أكثر أهمية، وهو أن الجمهور صار من سرعة الإيقاع وتشتيت الانتباه وتعدد المهام، بحيث صار للفيديو القصير قيمته الأساسية مقابل المادة التلفزيونية الطويلة، التي تستغرق نصف ساعة أو أكثر على شاشة التلفزيون. البرهان على أن قصر الفيديو هو أهم من مسألة المحتوى الشخصي، أن الإحصاءات تثبت بلا شك أن الفيديو القصير الذي تتوافر فيه الإنتاج الحرفي (بروفيشنال) له شعبية أكبر من الفيديو الشخصي بشكل عام.

ولعل من الضروري إضافة القول إن موقع يوتيوب واسع الانتشار، لم يعد حكراً على مؤسسات إعلامية أو قنوات تليفزيونية فضائية، أو أشخاص مهتمين من الصحفيين وغيرهم، بل أصبح متاحاً لكل من يرغب بالحصول على موقع خاص به، ابتدءاً من كبار القادة والمسؤولين في العالم، إلى عامة الناس بمختلف فئاتهم العمرية وخصوصاً الشباب منهم، لما يقوم به هذا الموقع من خدمات مميزة خصوصاً دوره البارز في أحداث العالم الأخيرة. لقد أصبح يوتيوب جزء لا يتجزأ من اهتمامات الملايين من الناس على اختلاف أعمارهم وبمختلف اهتماماتهم، كما وأنه أضاف خدمة كبيرة وفاعلة لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري الحديثة.

أهم الهيئات والمنظمات
في مجال الصحافة الدولية

يمكن إيجاز أهم الهيئات والمنظمات التي تدعم الصحفيين في مجال الصحافة الدولية بما يأتي:

1- شبكة الصحافة العربية:

وهي شبكة الكترونية للصحف العربية تدعم نمو صحافة مستقلة في العالم العربي عن طريق تسهيل تبادل الآراء والخبرات بين ناشري الصحف ومحرريها ويديرها الاتحاد العالمي للصحافة (وان) وتمولها مجموعة جي بي بوليتيكين الدنماركية الصحفية. والاتحاد العالمي للصحافة، الذي يتخذ من باريس مقراً له، منظمة عالمية لصناعة الصحف. ويمثل الاتحاد 18 ألف صحيفة في مائة دولة. ويضم تحت عضويته 72 اتحاداً صحفياً وطنياً، بالإضافة إلى مدراء لجرائد في 102 دولة و11 وكالة أنباء و9 مجموعات صحفية إقليمية وعالمية تدعم شبكة الصحافة العربية تطوير وتنمية صحافة مستقلة في العالم العربي عبر تمهيد السبيل من اجل تشجيع تبادل الأفكار والخبرات بين ناشري الصحف ورؤساء تحريرها. وتهدف الشبكة أيضاً إلى دعم الصحف فيما يتصل بتطوير استراتيجياتها التجارية من خلال تزويد أعضائها بأحدث المعارف والاستراتيجيات

وأكثرها نجاحاً في مجال صناعة الصحف. وتقوم شبكة الصحافة العربية، من خلال رسالتها الإخبارية وموقعها على شبكة الإنترنت، بتوزيع المعلومات والإسهامات الخاصة التي يقدمها مهنيون محترفون في وسائل الإعلام في المنطقة العربية ومن أجلها[1].

2- الاتحاد الأوربي للصحفيين (IFJ):

وهي منظمة إقليمية عضو في الرابطة الدولية العالمية للصحفيين. تعد أكبر تجمع للصحفيين في أوروبا وتضم حوالي 280.000 عضوا في ثلاثين دولة. الموقع بالانكليزية والفرنسية[2].

3- معهد صحافة الحرب والسلام (IWPR):

يهدف إلى بناء السلم والديمقراطية عبر الإعلام الحر والعادل. إنه يقدم تدريبات ومبادرات لبناء قدرات إعلامية محلية[3].

4- الاتحاد الدولي للصحفيين (IFJ):

هو اكبر منظمة عالمية للصحفيين . تأسس الاتحاد الدولي للصحفيين للمرة الأولى عام 1926، ثم أعيد تأسيسه مرة أخرى عام 1946، واستقر على شكله الحالي بعد إعادة تأسيسه للمرة الثالثة عام 1952. ويمثل الاتحاد الدولي للصحفيين هذه الأيام أكثر من 600000 صحفي في 120 دولة حول العالم. ويسعى الاتحاد الدولي للصحفيين للعمل والتحرك على المستوى الدولي للدفاع عن حرية الصحافة والعدل الاجتماعي من خلال اتحادات صحفيين قوية، وحرة، ومستقلة. ولا يتبنى الاتحاد الدولي للصحفيين توجها سياسيا معينا، ولكنه يروج لحقوق الإنسان، والديمقراطية، والتعددية ويعارض كل أنواع التمييز ويدين استخدام الإعلام للأغراض الدعائية أو للترويج للتعصب وعدم التسامح والصراع. ويؤمن الاتحاد الدولي للصحفيين بحرية التعبير السياسي والثقافي

---

(1) http://www.arabpressnetwork.org/aboutv2.php?lang=ar

(2) http://europe.ifj.org/en

(3) http://iwpr.net/

ويدافع عن العمل النقابي وباقي الحريات الأساسية للإنسان. ويمثل الاتحاد الدولي للصحفيين المنظمة التي تتحدث باسم الصحفيين داخل نظام الأمم المتحدة وضمن الحركة النقابية العالمية. وهو يقدم دعمه للصحفيين واتحاداتهم كلما خاضوا مواجهة دفاعا عن حقوقهم العمالية والمهنية كما وقام بتأسيس صندوقاً دولياً للسلامة المهنية يقدم دعماً إنسانياً للصحفيين المحتاجين. ويتم إقرار سياسة الاتحاد الدولي للصحفيين من قبل المؤتمر العام (الكونجرس) الذي يجتمع مرة كل ثلاث سنوات. ويقوم الاتحاد الدولي للصحفيين من مقره في بروكسل بمتابعة تنفيذ برنامج العمل بتوجيه من اللجنة التنفيذية المنتخبة. وقد عقد آخر مؤتمر عام للاتحاد الدولي للصحفيين في موسكو بتاريخ 28 أيار – 1 حزيران 2007..

5ـ التبادل الدولي لحرية الصحافة (IFEX):

وهي منظمة أمريكية تعنى بحرية الصحافة في تبنيها لموضوعات محددة كالاعتداءات التي تقع على الصحفيين في العالم والإفلات من العقاب الخاص بالجرائم التي يتعرض لها الصحفيين في العالم وخاصة في المناطق الساخنة وموضوع حق الوصول إلى المعلومات وموضوع الحقوق الرقمية وموضوع الرقابة على الصحف. وتجمع هذه المنظمة من خلال أعضائها الستة وأربعين، عدداً من منظمات حرية التعبير الرائدة في العالم[1].

6- منظمة Article 19:

وهي منظمة مسجلة في بريطانيا كمنظمة خيرية تدافع عن حرية التعبير والإعلام في جميع أنحاء العالم. وتحظى بتشجيع مجموعة Article XIX من خلال الضغط الذي تمارسه الأخيرة للدفاع عن حرية التعبير أينما كانت مهددة، وتقوم بحملات لحماية التعددية الإعلامية، واستقلال واختلاف وجهات النظر[2].

---

(1) http://www.ifex.org

(2) http://www.article19.org/pages/ar/who-we-are.html

7- معهد الصحافة الدولي (IPI):

وهو شبكة عالمية تضم الناشرين والمدراء والإعلاميين وكبار الصحفيين تعمل من أجل تعزيز وحماية حرية الصحافة، وتعزيز حرية تدفق الأخبار والمعلومات، وتحسين ممارسات الصحافة[1].

8- منظمة مراسلون بلا حدود (RSF):

تأسست منظمة مراسلون بلا حدود في مدينة مونبيليه، جنوب فرنسا، عام 1985، بمبادرة من أربعة صحافيين (روبير مينار، وريمي لوري، وجاك مولينا، وإيميليان جوبينو). وحصلت عام 1995 قانونياً على صفة جمعية ذات منفعة عامة، وسرعان ما تحوّلت إلى منظمة عالمية. وتعمل هذه المنظمة حالياً في عدة مناطق وبلدان لتعزيز حرية الصحافة ودعم والصحفيين والدفاع عنهم[2].

9- شبكة الصحفيين الدوليين (ijnet):

وهو الموقع العالمي الرئيسي للصحفيين والمديرين الإعلاميين للإطلاع على فرص التدريب وبناء شبكات من العلاقات. وفي النشرة الإلكترونية الأسبوعية الصادرة عن الموقع ترد تقارير حول أحدث الابتكارات والمصادر والجوائز. ويُنشَر موقع شبكة الصحفيين الدوليين باللغات العربية والصينية والإنكليزية والفارسية والبرتغالية والروسية والإسبانية، كما أن مستخدميه ينتمون إلى أكثر من 185 دولة. كما تقوم الجهات المانحة ومجموعات التدريب الإعلامية باستخدام موقع شبكة الصحفيين الدوليين لنشر أعمالهم في مجتمع متنامٍ مكرّس لتحسين العمل الصحفي والارتقاء به[3].

---

(1) http://www.freemedia.at/home.html?no_cache=1

(2) http://ar.rsf.org/

(3) http://ijnet.org/ar/about